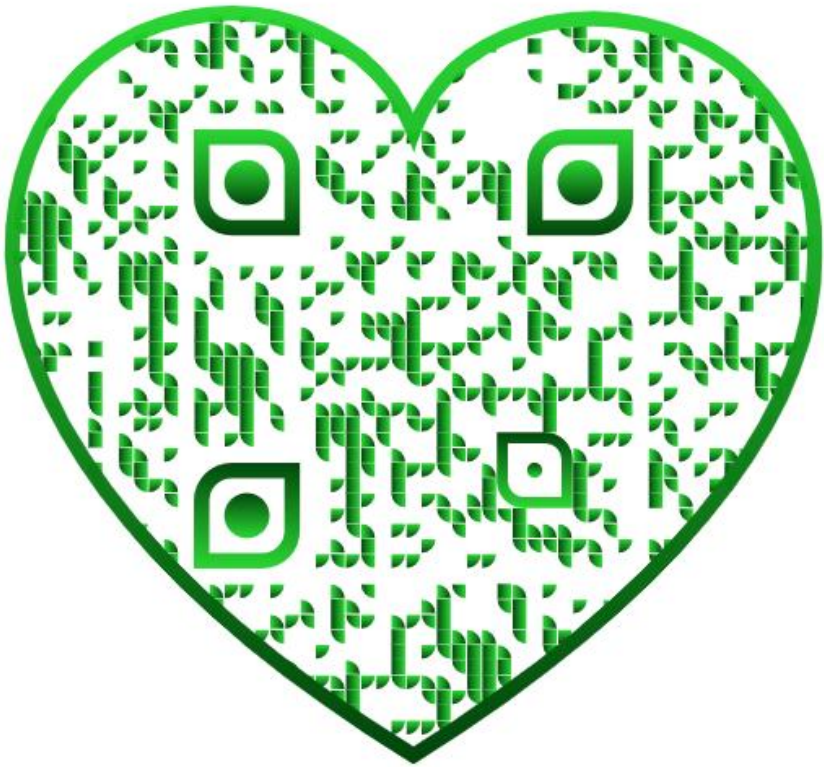
DROPSHIPPING

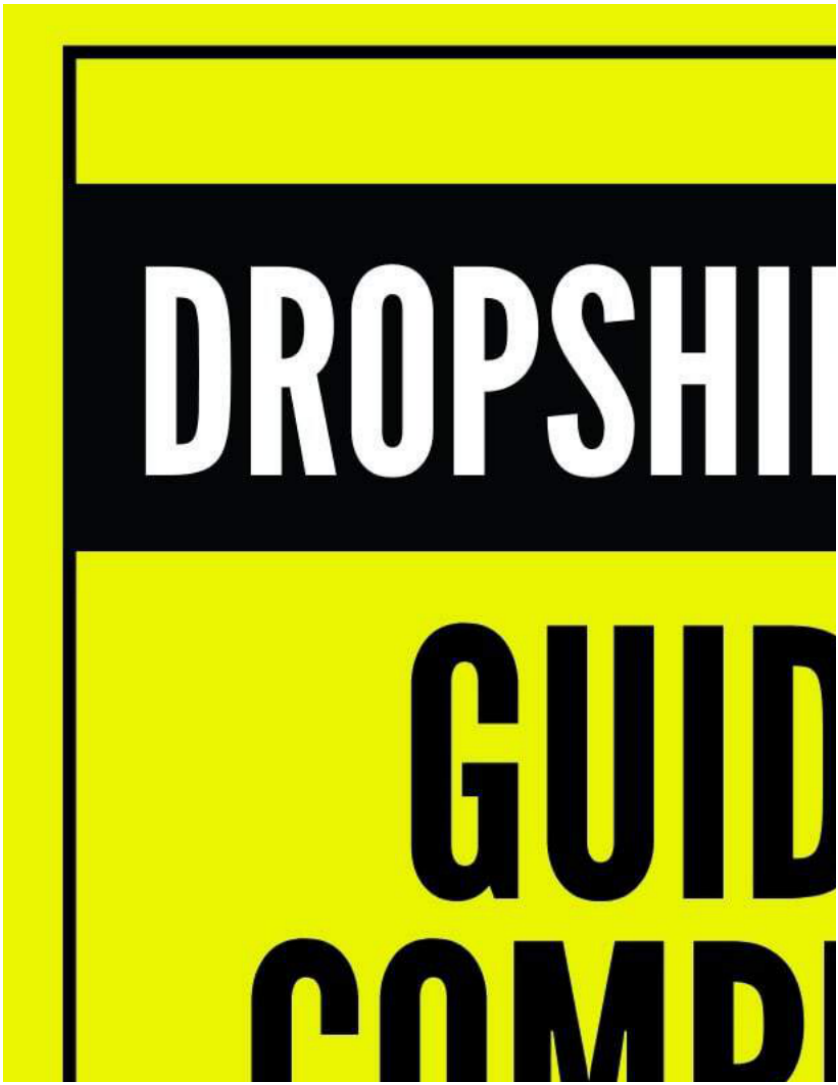
GUIDE COMPLET

TOUT SUR LE DORPSHIPPING E-COMMERCE

apprendre à démarrer
choix de niche
choix de produit
quelle plateforme de vente?
seo
Outils nécessaires
Trouver et traiter avec les fournisseurs
Développez votre entreprise de dropshipping
MERKETING

#1 OUTIL DROPSHIPPING




DROPSHI
GUID

DROPSHIPPING

GUIDE COMPLET

TOUT SUR LE
DORPSHIPPING
E-COMMERCE

apprendre à démarrer
choix de niche
choix de produit
quelle plateforme de vente?
seo
Outils nécessaires
Trouver et traiter avec les fournisseurs
Développez votre entreprise de dropshipping
MERKETING

#1 OUTIL DROPSHIPPING

SOMMAIRE

Introduction

Définition

Comment ça marche ?

Ca marche encore ?

Avantages

Inconvénients

Comment se lancer en 2020

Ce dont vous avez besoin pour démarrer votre entreprise de dropshipping

La valeur

Le bon produit

Une entreprise constituée en société

Fournisseurs

Plan d'action

Commencer

Choisir votre créneau

Choisir le bon produit

Les bases de la vente de produits en ligne

Marketing

Demande de produit

Compétition

Trouver des produits à forte demande

Planificateur de mots clés Google

La manière simple de rechercher des mots clés

Obtenez des idées de mots clés à longue queue

Tendances Google

Analysez vos concurrents

La sélection des produits est en cours

Choisir une plateforme de vente

Dropshipping sur Amazon
Dropshipping sur eBay
Dropshipping sur votre propre site Web
Comment choisir une plateforme de vente

trouver et traiter avec des fournisseurs

Trouver des fournisseurs
Contacter le fabricant du produit
Utilisez les répertoires des fournisseurs
Comment repérer les faux grossistes
Comment repérer les grossistes légitimes

Développer votre entreprise dropshipping

Faire face aux problèmes
Retours et rétro facturations
Problèmes d'expédition
Gérer le support client
Gérer l'inventaire
Construire une équipe

Outils de dropshipping pour développer votre entreprise

Conclusion

Introduction

Envisagez-vous de diversifier votre gamme de produits? Essayez-vous de lancer une nouvelle entreprise? Voulez-vous garantir que vous aurez toujours du stock ?

Si vous avez dit oui à l'un de ces éléments, vous devrez investir dans un nouvel inventaire ou plus. Mais, l'approvisionnement en inventaire nécessite beaucoup de ressources, notamment de l'argent, du temps et une bonne gestion.

Cela peut représenter un gros risque pour votre entreprise. Cela pourrait valoir la peine si vous n'aviez pas à acheter votre inventaire à l'avance et à ne payer que ce que vous vendez. Mais est-ce même possible?

Il y a une tendance croissante parmi les entrepreneurs à se passer de la formes traditionnelles de lancement d'une entreprise. Cela s'appelle le **dropshipping.**

C'est l'un des meilleurs moyens de démarrer une entreprise aujourd'hui.
C'est incroyablement facile à démarrer, et vous pouvez commencer avec juste un ordinateur et un peu d'argent.

Le dropshipping est également un cheminement de carrière extrêmement flexible, vous pouvez donc le faire comme une activité secondaire ou le transformer en un emploi à temps plein.

Il est tout à fait possible de gagner sa vie uniquement grâce au dropshipping, et il existe d'innombrables entrepreneurs qui l'ont prouvé.
Les étudiants, les employés de bureau, les parents au foyer et même les retraités peuvent tous profiter du dropshipping.
Peu importe votre âge, votre lieu de résidence ou votre expérience.

Cependant, il y a beaucoup de choses sur le dropshipping qui sont toujours entourées de mystère.
Les bonnes informations sont dispersées partout sur Internet, et il est difficile de dire ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Si ce n'est pas assez problématique, une bonne partie de ces informations est obsolète.
Notre objectif est d'en faire un guide différent. Je ne m'approche pas dropshipping comme un schéma de devenir riche rapidement.
Au lieu de cela, je considère le dropshipping comme un moyen de vous lancer tout en offrant de la valeur à un créneau particulier.
J'ai pris tout ce que vous devez savoir sur le dropshipping et j'ai tout inclus dans ce guide.

Définition

Le dropshipping tout simplement est un type de modèle commercial qui permet à une entreprise de fonctionner sans maintenir ses stocks, sans posséder un entrepôt pour stocker ses produits ou même avoir à expédier ses produits à ses clients eux-mêmes.
un magasin ne conserve pas les produits qu'il vend en stock. Au lieu de cela, lorsqu'un magasin vend un produit en utilisant le modèle dropshipping, il achète l'article à un tiers et le fait expédier directement au client. Par conséquent, le vendeur n'a pas à manipuler le produit directement.

Comment ça marche ?

Le processus comprend 3 étapes simples comme suit:

1. Le propriétaire du magasin publie les produits qu'il souhaite vendre sur sa boutique en ligne. Le client voit le produit et passe une commande sur le site.

2. Le détaillant reçoit les détails de la commande et transmet les détails du client et commande manuellement ou automatiquement

au fournisseur dropship.

3. Le fournisseur emballe et expédie ensuite les produits requis directement au client avec la marque du propriétaire du magasin.

Il s'agit d'un modèle commercial attrayant car il élimine les frais d'entreposage du propriétaire du magasin. De plus, il n'a pas besoin d'avoir un emplacement commercial physique.

Ca marche encore ?

Le dropshipping est toujours rentable en 2020 en raison du nombre d'activités de commerce électronique qui se déroulent dans le monde. Ce n'est pas seulement rentable mais prospère! Les bénéfices du commerce électronique et du dropshipping ont atteint plus de 4 milliards de dollars, soit une augmentation de 7% en glissement annuel au cours des 10 dernières années.
C'est juste devenu plus compétitif, pas encore mort!
Au cours des deux dernières années, le modèle d'entreprise dropshipping a connu une énorme augmentation. Avec tant de conscience et de connaissances dans la paume de nos mains, le monde est devenu un village planétaire.
Pour une personne qui montre de l'intérêt, il n'est pas difficile de démarrer une entreprise de quelque nature que ce soit. Et puisque le dropshipping fait fureur depuis de nombreuses années maintenant, trop de gens ont sauté du bateau (jeu de mots voulu) au cours des deux dernières années. Et cela, sans aucun doute, a rendu le dropshipping trop compétitif pour être maintenu à petite échelle.

Avantages

Facilité de configuration: la création d'une entreprise de dropshipping nécessite 3 processus simples, à savoir trouver un fournisseur, créer un site Web et vendre des marchandises. Il est assez simple et facile à gérer sans trop d'investissement.

Plus de variétés de produits: un fournisseur de drop shippers peut vendre tout ce qu'il veut. Vous pouvez choisir n'importe quel créneau et il n'y a pas non plus de lien avec le fournisseur.

Risque réduit: comme il n'y a pas d'inventaire physique et d'investissement, il n'y a rien à perdre pour une entreprise. De plus, le propriétaire du magasin n'a aucune pression pour vendre son inventaire.

Coûts de démarrage faibles Il faut beaucoup de capital pour stocker un entrepôt. Vous pouvez éliminer le risque de s'endetter pour démarrer votre entreprise en utilisant le dropshipping.
Au lieu d'acheter un vaste inventaire et d'espérer qu'il se vende, vous pouvez démarrer une entreprise de dropshipping avec un inventaire nul et commencer immédiatement à gagner de l'argent.

3. Faible coût d'inventaire Le coût de l'inventaire est l'un des coûts les plus élevés que vous aurez si vous possédez et stockez du stock. Vous pouvez vous retrouver avec un inventaire obsolète - vous forçant à trouver des moyens de réduire votre stock - ou vous vous retrouverez avec trop peu d'inventaire - conduisant à des ruptures de stock et à une perte de revenus.
Le dropshipping vous permet d'éviter ces problèmes et de vous concentrer sur la croissance de votre clientèle et la construction de

votre marque.

. Vendre et tester plus de produits avec moins de risques
Sans les contraintes d'un inventaire physique et les coûts qui y sont associés, le dropshipping vous permet de mettre à jour votre inventaire rapidement, facilement et à moindre coût.
Si vous savez qu'un produit se porte bien pour un autre détaillant ou revendeur, vous pouvez l'offrir immédiatement à vos clients sans attendre qu'il arrive dans votre entrepôt.
Dropshipping vous permet de tester de nouveaux articles sans risque de porter un inventaire obsolète. Vous ne payez que ce que vous vendez.

Faible coût d'exécution des commandes
L'exécution des commandes vous oblige généralement à entreposer, organiser, suivre, étiqueter, ramasser et emballer et expédier votre stock.
Dropshipping permet à un tiers de s'occuper de tout cela.
Votre seul travail dans cet arrangement est de vous assurer qu'ils reçoivent vos commandes client. Tout le reste sera géré par eux.

Inconvénients

Comme toute autre chose dans ce monde, la livraison directe présente également des inconvénients. Voici quelques-uns des principaux inconvénients associés à ce modèle commercial:

Marges bénéficiaires plus faibles : comme vous n'achetez pas en vrac, vous devrez peut-être payer un prix plus élevé pour le dropshipping. De plus, la plupart des fabricants ou des grossistes n'effectuent pas de dropship et l'achat auprès de vendeurs au détail serait coûteux. Cela réduira vos marges bénéficiaires.

Responsabilité totale pour les pertes : lorsque le client achète le produit sur le site Web s'il y a une erreur du côté du fournisseur, cela réduit la valeur de la marque du site.

La gestion des stocks peut être délicate : il est presque impossible de garder une trace du stock de votre fournisseur. Cela peut entraîner des erreurs de communication, des annulations de commandes et des commandes en souffrance pour vos clients. Cela peut nuire à votre image de marque.

Concurrence élevée : avec la popularité croissante du dropshipping et du commerce électronique, la concurrence ne cesse d'augmenter.

Comment se lancer en 2020

Si vous êtes sur le point de démarrer votre entreprise en ligne, il sera peut-être utile de savoir que les ventes de commerce électronique se sont élevées à près de 3,5 billions de dollars dans le monde en 2019. Donc, si les statistiques mondiales sur le commerce électronique sont une indication, le démarrage d'une entreprise en ligne est une option de plus en plus lucrative en ce moment.

Dans ce qui vient vous apprendrez comment démarrer une entreprise de dropshipping. Nous vous expliquerons comment trouver les bonnes idées d'entreprise de dropshipping et tout ce que vous devez savoir pour démarrer.

Pour commencer vous devez suivre ces étapes:
Sélectionnez un marché cible et un créneau : effectuez des études de marché et sélectionnez les produits que vous souhaitez vendre.
Choisissez un nom de domaine en fonction de la recherche de mots clés et commencez à créer votre site Web.
Vous devez effectuer une étude de marché appropriée, connaître vos concurrents et savoir comment ils commercialisent leurs produits efficacement et quelle est la marge bénéficiaire ou la structure de prix utilisée par eux.

Choisissez des endroits où vous procurer des produits : une fois que vous savez quels produits vous souhaitez vendre, vous devez rechercher les fournisseurs auprès desquels vous souhaitez vous procurer vos produits.

Une fois que vous avez trouvé des fournisseurs et qu'un site Web est prêt, vous devez commercialiser votre site et exécuter les commandes pour en tirer un profit.

Ce dont vous avez besoin pour démarrer votre entreprise de dropshipping

La valeur

de nombreuses entreprises de dropshipping ne se soucient pas de la valeur parfois, ils utiliseront des tactiques louches pour battre la concurrence c'est à cause de cela que le dropshipping a acquis une mauvaise réputation
donc mon premier conseil se concentrer sur la valeur, il est très important l'intégrer dans votre entreprise

en ajoutant de la valeur à votre public, vous serez beaucoup plus susceptible d'attirer des consommateurs et votre entreprise durera plus longtemps que les autres dropshippers qui cherchent à gagner de l'argent facilement
découvrez ce que veulent vos clients potentiels votre travail consiste à leur offrir la meilleure expérience possible comme ça ils vous seront fidèles.

Choisissez une niche !!

Saviez-vous pourquoi tant de dropshippers échouent?
l'une des erreurs les plus courantes commises par de nombreuses entreprises

le choix de mauvais créneau
Vous avez probablement vu mille entreprises de dropshipping différentes qui proposent des livres, des produits de beauté, des accessoires téléphoniques, des films ... etc.
le problème est qu'ils sont tous extrêmement compétitifs.
Par exemple, vous voulez acheter un téléphone
vous pouvez choisir parmi des milliers de milliers d'entreprises dropshipping donc si vous voulez vendre des étuis de téléphone, vous devrez vous opposer aux magasins dropshipping qui le font depuis des années.
Vous devrez réduire le bruit, faire de la publicité comme un fou, et j'espère que les gens vous trouveront (et choisiront d'acheter chez vous).
Le créneau de dropshipping que vous choisissez est un énorme déterminant de la valeur.
Si vous choisissez un créneau moins populaire, il est possible que vous puissiez intervenir et combler un besoin dans ce créneau.

Le bon produit

Une fois que vous vous êtes installé dans un créneau, il est temps de passer à l'étape suivante et de réfléchir aux types de produits que vous allez lister sur votre magasin.

Afin d'établir un dropshipping réussi, vous devez être pointilleux sur vos produits.

sélectionnez soigneusement vos produits et basez vos choix sur ce que votre public veut et a besoin (la valeur)

De nombreux produits dropshipping ne sont populaires que pendant un certain temps.

Si vous choisissez des produits qui ont une valeur durable, vous devez proposer ceux qui résistent à l'épreuve du temps.

et n'oubliez pas d'analyser les tandances

si un produit a explosé au cours des derniers mois, il peut être vendu facilement

et n'oubliez jamais de rester à jour avec les tendances de votre créneau

Une entreprise constituée en société

La plupart des fournisseurs et des grossistes exigent que toute entreprise avec laquelle ils travaillent soit légalement constituée.

En fait, si vous n'êtes pas incorporé, la plupart des grossistes ne vous montreront pas leurs prix ou d'autres détails.

Voilà à quel point c'est important.
N'oubliez pas qu'une entreprise de dropshipping est toujours une entreprise.

Elle devrait suivre bon nombre des mêmes règles qu'une entreprise traditionnelle.
Le dropshipping peut avoir lieu en ligne, mais il doit toujours être effectué conformément à la loi.
Si vous ne respectez pas ces règles importantes, vous rencontrerez des problèmes.

En bout de ligne: il vaut mieux être incorporé avant même tendre la main aux fournisseurs.

pour l'instant, rappelez-vous qu'à un moment donné, vous devrez prendre le temps de vous assurer que votre entreprise est légale et prête à fonctionner.

Fournisseurs

Puisque vous obtiendrez vos produits directement auprès de fournisseurs, vous souhaitez évidemment travailler avec des entreprises qui ont un excellent historique et une communication solide.
ne choisissez pas le premier fournisseur que vous voyez plutôt que le plus populaire que vous trouvez avec une recherche google

Vous devrez peser vos options, comparer les prix et vous assurer d'avoir accès aux produits dropshipping dont vous avez besoin.

Plan d’action

Il y a un dernier ingrédient majeur dont vous avez besoin: un plan de match.

Par «plan de match», je veux dire une vision pour votre entreprise et des étapes concrètes pour concrétiser cette vision.

Vous n'avez pas besoin de planifier chaque petite chose que vous allez faire, mais vous devez avoir une idée de la façon dont vous allez aborder votre nouvelle entreprise.

Vous voulez avoir une idée de la situation dans son ensemble, puis comprendre les petits détails. Cela ne fait jamais de mal d'être trop minutieux.

Voici quelques domaines à considérer:

- Obtenir des ventes.
- Prendre un certain angle dans votre créneau.
- Stratégies de marketing numérique.
- Optimiser votre boutique en ligne.

C'est aussi le bon moment pour poser les questions difficiles afin que vous puissiez vous y préparer.

Par exemple, que se passe-t-il si vous n'obtenez nulle part après 6 mois? 1 année? Ce n'est pas amusant de penser à ce genre de choses, mais cela pourrait vous éviter un échec total.

Une autre question que vous voudrez peut-être vous poser est: "Idéalement, où dois-je faire pour que mon entreprise aille au cours des X prochaines années?" Il s'agit d'une question plus générale qui peut aider à guider votre vision.

Si vous savez exactement ce que vous voulez, vous pouvez prendre des mesures pour y arriver.

Plus vous devenez précis, mieux c'est.

Cela peut vous aider à rédiger un plan d'affaires ou même un organigramme qui trace la trajectoire idéale de votre entreprise.

Commencer

Vous pourrez bientôt mettre les connaissances et stratégies que vous avez développées pour travailler.
Maintenant, vous devez savoir:

- Les niches qui vous intéressent
- Les types de produits que vous souhaitez proposer
- Votre plan pour l'avenir de votre magasin

Vous pouvez maintenant commencer à créer votre entreprise pour de bon.

Choisir votre créneau

maintenant que vous avez pris la décision de faire du dropshipping

la première chose que vous devez faire est de choisir votre créneau

vous devez donc chercher un créneau rentable sans concurrence folle

ce que font de nombreux dropshippers. Ils voient quelle sont les produits de niche explosent et sautent aveuglément dans le train en marche.

Cependant, ce n'est pas une bonne méthode. Vous obtiendrez peut-être un succès fou pendant un certain temps, mais après cela, vous verrez probablement votre entreprise s'effondrer.

Un modèle commercial comme celui-ci ne va tout simplement pas durer, et mon objectif est de vous aider à construire une carrière en tant que détaillant dropshipping durable.

Si vous souhaitez transformer le dropshipping en une source de revenus constante, vous devrez choisir soigneusement votre créneau. En fait, la sélection de créneaux est l'une des décisions commerciales les plus importantes que vous puissiez prendre.

C'est une grosse décision, et ce n'est pas une décision à prendre à la légère.
Trop souvent, les dropshippers se rendre compte que le créneau qu'ils ont choisi ne fonctionne pas, et ils doivent revenir à la case départ.

Comment évaluer des idées de niche dropshipping

Le choix d'une niche peut être déroutant. Il existe des millions de niches, il est donc difficile de savoir lesquelles sont viables. Pour aggraver les choses, bon nombre de ces créneaux ont créé des entreprises avec lesquelles vous seriez en concurrence directe. C'est le million de dollars

question: comment pénétrez-vous dans un créneau rentable en tant que débutant?

Lorsque vous y pensez, il peut sembler que chaque créneau est saturé, mais ce n'est pas vrai. Il y a des niches qui ont encore un réel besoin de produit

options d'achat. Certaines niches n'ont pas été largement exploitées, tandis que d'autres niches ont des besoins en termes de produits auxquels votre magasin pourrait répondre. Cependant, il peut être difficile de savoir où commencer à chercher des idées de niche optimales pour le dropshipping. Où regardez-vous? De quoi as-tu l'air? Quels critères

devriez-vous utiliser pour trouver de bonnes niches? Pour le débutant, ce sont des questions intimidantes.

Il y a une raison pour laquelle c'est si intimidant: l'évaluation de niche est vraiment un propre domaine spécialisé.
Vous pourriez passer des mois à choisir

le meilleur créneau, mais ce n'est pas vraiment pratique pour le dropshipping.

Heureusement, il existe des tactiques que vous pouvez utiliser pour choisir une grande niche
dans quelques semaines (voire des jours, même si vous ne devriez pas vous précipiter).
Fondamentalement, vous devez déterminer si un créneau convient en fonction des éléments suivants:

- Le niveau de compétition
- La demande de produits de niche physiques
- Les prévisions à long terme de la popularité des créneaux

La meilleure niche de dropshipping aurait une concurrence faible à moyenne et une forte demande.

Il resterait également populaire indéfiniment. Bien sûr, des créneaux comme celui-ci n'existent pas, vous devez donc trouver un équilibre entre ces critères. Le bon équilibre pour vous peut ne pas convenir à un autre entrepreneur, vous devez donc réfléchir de manière critique aux éléments les plus importants pour vous.

Voici un processus simple en deux étapes que vous pouvez utiliser

pour lancer votre recherche de créneau. Elle tourne autour de l'idée que certaines niches sont meilleures pour les produits physiques que d'autres. Une fois que vous avez trouvé ces créneaux, vous pouvez poser d'autres questions pour vous aider à les affiner davantage.

ÉTAPE 1: **Recherchez des niches à tendance ou à faible concurrence.**
Commencez par effectuer une simple recherche sur Google pour les "niches de tendance" ou les
"niches de faible concurrence". Vous devrez beaucoup affiner votre recherche, mais c'est un début de base. Pour l'instant, vous ne faites que faire des pas de bébé et vous avez une idée très large des différentes idées de niche de
dropshipping.

Généralement, lorsque vous recherchez des niches de tendance, vous trouverez des listes de produits de niche qui sont actuellement populaires ou devraient devenir populaire dans les prochains mois. Celles-ci ont beaucoup de potentiel, mais ils peuvent également être bondés.

Les créneaux à faible concurrence, par définition, ne seront pas trop fréquentés, mais cela pourrait limiter le montant que vous pouvez gagner. Les niches avec des niveaux de concurrence très faibles auront généralement un public plus restreint, ce qui se traduit par une clientèle plus petite pour votre entreprise. En outre, certaines niches ne conviennent pas au dropshipping, vous devez donc vous assurer que vous recherchez des niches basées sur des produits. (Par exemple, les vidéos explicatives ont gagné en popularité, mais une vidéo explicative n'est pas un produit physique, donc le dropshipping est hors de question.)

Lorsque vous examinez des créneaux, vous voulez vous assurer qu'ils répondent à quelques critères importants. Vous pouvez le faire plus tard, mais je pense qu'il est préférable de filtrer vos résultats dès le début. Voici quelques questions à poser:

"Est-ce une niche basée sur les produits?"

Tout d'abord, il est essentiel de s'assurer que le créneau que vous envisagez est associé à une quantité décente de produits physiques. Certaines niches, comme les vidéos explicatives, n'ont aucun besoin en termes de produits. D'autres créneaux ont des besoins en termes de produits mais pas beaucoup. Par exemple, les niches qui traitent principalement de produits numériques, comme la crypto-monnaie, ne sont pas très pratiques pour le dropshipping en raison du faible montant

de produits physiques disponibles.

Au fur et à mesure que vous effectuez plus de recherches, vous verrez que certaines niches sont intrinsèquement plus abondantes en produits que d'autres. Par exemple, les vêtements sont meilleurs que la gestion du temps pour le dropshipping car ils offrent une plus grande variété de produits.

Plus vous pouvez proposer de produits de niche, mieux c'est.

Vous ne voulez pas tout vendre sous le soleil, mais vous voulez avoir une bonne quantité de variété. C’est pourquoi un créneau qui a beaucoup de produits est

idéal pour le dropshipping. Il vous donne une tonne d'espace pour la croissance et
expansion.
Cela peut être difficile car avec une grande variété de produits, il y a souvent un niveau élevé de concurrence. Cependant, si vous regardez en dehors des niches les plus populaires, vous devriez être en mesure de trouver des niches qui ne sont pas trop compétitives tout en offrant une bonne variété de produits.

Enfin et surtout, assurez-vous que les produits sont facilement accessibles pour vous et vos clients. Par exemple, les articles sur mesure sont généralement plus difficiles à livrer, et ils ne vous donneront pas les meilleures marges de profit. Vous devez également tenir compte du fait que les produits de niche les plus

obscurs n'auront pas un large attrait.

En règle générale, un produit qui fait appel à un large groupe de personnes dans le créneau est un bon produit pour le dropship.

"Quelle est la popularité de ce créneau?"

Idéalement, vous recherchez un créneau pas trop populaire. Vous souhaitez choisir un créneau qui

a un intérêt et une demande de produits suffisants pour soutenir une entreprise de vente au détail. Souvent, vous devrez faire des compromis, et il s'agit de savoir comment faire des compromis.

Lorsque vous effectuez une recherche de niche, si vous pouvez dire immédiatement qu'une niche est incroyablement populaire, sachez qu'elle peut être difficile à percer. En tant que nouveau dropshipper, vous devrez relever le défi de faire connaître votre marque, et c'est beaucoup plus facile dans un créneau de concurrence plus faible (même si des créneaux plus grands peuvent être tentants et semblent faciles).

"Ce créneau est-il simplement le résultat d'une mode passagère?"

Chaque année, plusieurs poignées de tendances vont et viennent en quelques mois (parfois des semaines). Les entreprises apparaissent à gauche et à droite pour capitaliser sur ces tendances, mais lorsque les tendances disparaissent, les entreprises aussi.

Dans le même temps, une nouvelle tendance pourrait devenir la prochaine grande niche. Dernièrement, des produits de niche tels que les drones, les filateurs de fidget et les équipements de réalité

virtuelle sont devenus extrêmement populaires en quelques mois, et les dropshippers de ces niches ont obtenu de gros résultats. Cependant, il y a toujours un risque à choisir le nouveau créneau le plus cool, il est donc généralement plus sûr de choisir un créneau qui existe depuis un certain temps.
Si vous trouvez un créneau relativement nouveau, ce n'est peut-être pas une bonne idée de le poursuivre, mais vous devez l'évaluer au cas par cas. En règle générale, vous devez privilégier les niches avec des communautés établies (ou du moins dévouées).

"Suis-je trop passionné par ce créneau?"

Je sais que cela semble être une question étrange parce que la passion est généralement une bonne chose.

Mais dans ce cas, trop de passion peut en fait nuire à votre carrière de dropshipping.

Disons que vous aimez les lampes à lave depuis toujours. Cette passion est grande, mais elle ne se traduira pas nécessairement par des ventes. Vous ne pouvez pas construire une carrière de dropshipping sur des lampes à lave, car elles sont très spécialisées et pas de gros vendeurs. Vous pouvez avoir toute la passion du monde pour les lampes à lave, mais vous ne pouvez pas les transformer par magie en un

carrière durable.

De plus, la passion peut souvent vous faire oublier les dures vérités qui accompagnent l'exploitation d'une entreprise. Peut-être que certains produits de niche ne se vendent pas bien, mais vous voulez quand même le garder parce que vous l'aimez et que vous pensez que cela fonctionnera bien.

Donc, même s'il semble que beaucoup de passion soit une bonne chose, il est généralement idéal d'avoir une bonne dose de détachement des produits de niche que vous choisissez.

Cela ne veut pas dire que vous ne pouvez pas choisir votre créneau préféré pour le dropshipping. Si vous êtes en mesure d'évaluer objectivement votre créneau et si cela vous semble un bon choix, allez-y.

Obtenir une vue extérieure aide beaucoup à cette décision.

Vous devez prendre du recul par rapport à ce que vous pensez d'une niche et regarder
à travers une lentille entrepreneuriale. Vous allez devoir
prendre des décisions commerciales basées sur des faits et des chiffres, et vous
besoin de pouvoir le faire facilement sans être trop émotif
ou personnellement investi.

"Puis-je réellement ajouter de la valeur à ce créneau?"

C'est une autre question que peu de dropshippers se posent. La plupart des gens pensent que l'ouverture d'un magasin est une forme de valeur ajoutée, mais ce n'est pas toujours vrai.

Si vous ouvrez un magasin qui est essentiellement une copie conforme d'un magasin existant, vous ne faites rien de nouveau ou d'unique. Vous avez très peu pour vous différencier de vos concurrents.

Mais le plus problématique est que certains entrepreneurs qui lancent des entreprises de dropshipping comme celui-ci ne veulent pas apporter de valeur. Ce sont les intrigants qui s'enrichissent rapidement qui voient le dropshipping comme un moyen de parvenir à une fin. Les clients peuvent voir à travers cela, et c'est aussi une mauvaise attitude à avoir en général.

Il est facile de savoir si une entreprise essaie sérieusement de fournir de la valeur ou essayer de faire un profit rapide. Les gens sont plus susceptibles de soutenir les entreprises qui leur donnent de la valeur. En donnant la priorité à vos clients et en mettant l'accent sur vous créerez les meilleures conditions pour la croissance de votre entreprise.

Si vous ne vous concentrez pas sur la valeur, vous aurez plus de mal à vendre.

C'est pourquoi vous devez être honnête avec vous-même ici. Pouvez-vous vraiment ajouter de la valeur au créneau que vous envisagez? Pouvez-vous offrir quelque chose de différent aux clients qui ont le choix entre plusieurs détaillants?
L'une des meilleures façons d'évaluer cela est de regarder les détaillants qui sont déjà dans le créneau, et c'est ce que la deuxième étape est
tout sur. Cependant, c'est une question à laquelle vous devriez commencer à penser maintenant.

Si vous sentez que vous ne pouvez pas prendre un angle intéressant ou faire quelque chose différemment, reconsidérez la niche (aussi douloureuse que cela puisse être). Révisez plutôt votre créneau que choisissez celui qui ne fonctionnera pas pour vous.

ÉTAPE 2 : **Recherchez les détaillants existants.**

Ensuite, passez un peu de temps à rechercher les détaillants qui sont déjà établis dans le créneau.

Pour l'instant, de simples recherches Google suffiront. Utilisez diverses combinaisons et mots clés de produits pour voir qui vend quoi et faites attention à qui sont les grands acteurs (c'est-à-dire les détaillants que vous voyez encore et encore).

Cette étape mérite vraiment une approche analytique si vous voulez obtenir
le meilleur parti. Je recommande de garder une liste des détaillants que vous
trouver et vous assurer d'enregistrer des détails tels que leur nom, leur site Web,et poignées sociales. (Une feuille de calcul est idéale pour cela.)

Ne vous contentez pas de regarder les magasins les plus populaires - recherchez haut et bas, et regardez tout ce qui existe. Il peut y avoir de petits détaillants qui deviennent populaires et font quelque chose d'unique, et l'analyse de ces magasins est tout aussi importante que l'analyse des grands noms de votre créneau.

Et n'ayez pas peur de prendre des notes détaillées sur ce que vous voyez. Souvent, ce sont les petites choses qui comptent, et l'examen

minutieux des détails peut vous aider à comprendre pourquoi les stratégies de certains détaillants sont si efficaces. Une fois que vous comprenez ce qu'ils font, vous pouvez le décomposer et utiliser les connaissances par vous-même.

Une fois que vous avez obtenu une liste de 5 à 10 détaillants, profitez-en pour regarder également la présence en ligne de chaque magasin. Vous n'avez pas besoin de faire des recherches approfondies à ce stade.

Jetez un œil au site et aux comptes de réseaux sociaux de chaque détaillant pour avoir une idée approximative de leurs stratégies. Découvrez quels types de contenu ils publient, comment ils engagent les clients et quand ils mentionnent leurs produits.

Si vous ne trouvez pas beaucoup de détaillants, cela pourrait être un bon ou un mauvais signe. La faible concurrence est excellente, mais vous devez toujours avoir un public important pour acheter vos produits de niche.

Cela signifie que si vous trouvez à peine des détaillants, vous devrez consulter les pages et les communautés en ligne dédiées à la niche. Beaucoup d'activité est bonne, mais une faible activité signifie que ce créneau est probablement un mauvais choix. Cela pourrait également signifier que ce créneau n'a pas un énorme besoin de produits physiques.

Cette étape n'a pas besoin de déterminer la niche que vous choisissez, mais elle
devrait vous donner une idée de ce à quoi vous avez affaire. Ça va comprendre vous à quel point la niche est populaire et la valeur que vous pourriez donner aux clients. Encore une fois, n’ayez pas peur de passer beaucoup de temps sur
cette étape.

Lorsque vous avez terminé, vous devez disposer d'une liste de niches pratiques pour le dropshipping, ainsi que les coordonnées des détaillants qui se trouvent déjà dans ces niches.

Vaut-il mieux choisir une niche super saturée ou super insaturée?

Le créneau parfait aurait une faible concurrence mais un large public. Dans le monde réel, cela arrive rarement. Le créneau

typique est modérément saturé, avec un nombre raisonnable de détaillants et un public qui n'est ni trop grand ni trop petit.

Mais que se passe-t-il si vous êtes coincé entre le choix d'une niche super saturée ou super insaturée? C'est une décision difficile. Il est important de noter que vous n'aurez probablement pas à choisir entre ces deux options extrêmement différentes. La plupart du temps, vous trouverez des niches qui ne sont pas complètement saturées ou insaturées.

Si ce sont vos seuls choix, vous voudrez peut-être revenir à la planche à dessin et envisager d'autres idées de niche de dropshipping. Il est difficile d'être rentable dans un créneau où la concurrence est énorme, mais il est tout aussi difficile d'être rentable dans un créneau qui ne suscite pas beaucoup d'intérêt.

Comme je l'ai dit, cela n'arrivera pas souvent, mais il est important d'y penser car cela vous permet de calibrer votre état d'esprit.

Vous ne devriez pas vous concentrer sur la réalisation de bénéfices au point de ne pas choisir le bon créneau. Entrer dans un énorme créneau de dropshipping semble être une bonne idée, mais en réalité, vous pouvez avoir beaucoup de mal à vendre des produits de niche lorsque vous avez des milliers et des milliers de concurrents.

Le créneau est-il durable?

Ceci est une autre question majeure que vous devez poser sur n'importe quel créneau
vous envisagez sérieusement de faire du dropshipping. Que vous

soyez
dropshipping sur le côté ou à temps plein, vous devez penser à

à quel point un créneau sera durable pour vous.
Même si vous avez déjà déterminé que le créneau n'est pas seulement une mode qui va exploser dans quelques mois, vous devez toujours penser à l'avenir.
Considérer le long terme peut faire la différence entre le succès et l'échec.

Beaucoup de produits de niche semblent idéaux pour le dropshipping, mais quand vous pensez à où ces niches seront dans un an, vous commencez à réaliser qu'elles pourraient ne pas être aussi prometteuses.

Revenons à l'exemple des housses de téléphone. Bien que la niche des étuis de téléphone soit extrêmement saturée, il y aura toujours un besoin d'étuis de téléphone. Les gens n'abandonnent pas leur téléphone et le nombre de personnes avec un téléphone ne diminue pas.

Plus important encore, les gens voudront toujours personnaliser et décorer leurs téléphones. C'est donc une niche durable.

Prenons maintenant un autre produit de niche avec un angle très spécifique: les produits liés à l'éclipse pour les États-Unis. Lorsque les éclipses solaires totales se produisent, les gens deviennent fous d'acheter toutes sortes d'équipements liés au phénomène. Il semblerait que ce ne serait pas une évidence de créer un détaillant dropshipping pour cela.

Cependant, les éclipses solaires totales ne se produisent pas très souvent aux États-Unis. Pour cette raison, un magasin dropshipping qui vend des produits Eclipse ne ferait des affaires que pendant les années Eclipse. La plupart des années, il n'obtiendrait aucune vente, ce qui signifie que ces produits de niche sont un mauvais choix pour une entreprise de dropshipping à long terme.

Enfin, considérons un troisième créneau: les vêtements avec des slogans. Il s'agit d'une tendance difficile à prévoir, car certains slogans persistent tandis que d'autres ne le font pas. (Pensez à la tendance durable «Gardez votre calme et ___».)

Bien que vous puissiez frapper l'or avec le bon slogan, cette idée

n'est pas la meilleure pour un magasin dropshipping. La tendance finira par disparaître (même si cela prend quelques années), donc si vous cherchez à faire du dropshipping à long terme, vous voudrez éviter ces produits de niche.

Lorsque vous pensez à la durabilité, demandez-vous quelle est la durée de vie

de la niche est. Voyez-vous ce créneau aussi populaire un an après

maintenant? Et cinq ans? Que pensent les experts?

Cela peut être difficile à casser, et parfois il y aura des risques car il est impossible de prédire l'avenir d'une niche donnée. Assurez-vous simplement que vous ne versez pas tout votre argent dans une mode qui prendra plus d'un mois ou un an à partir de maintenant.

Évaluation de créneaux en action

Vous connaissez maintenant toutes les stratégies pour sélectionner le créneau à choisir, mais vous êtes peut-être un peu confus quant à la façon dont tout cela se combine. Alors mettons tout cela en pratique en regardant un exemple.

Imaginons que vous cherchiez à créer votre premier magasin dropshipping et que vous ayez recherché sur Internet des créneaux propices à de nouvelles entreprises.

Vous avez une liste de 4 niches:

- Produits de voyage
- T-shirts personnalisés
- Codage
- Fidget spinners

Pour limiter cette liste à un seul choix final, vous pouvez poser les questions énumérées dans le processus en deux étapes ci-dessus. Voici à quoi cela pourrait ressembler.

QUESTION 1 : **S'agit-il d'une niche basée sur les produits?**

La première étape consiste à filtrer les niches qui n'ont pas un grand besoin de produits physiques.

Mais même une fois que vous avez fait cela, vous voulez évaluer la performance des produits physiques dans les niches restantes.

Dès le départ, vous pouvez répondre «non» pour le codage. Le codage est associé à quelques produits physiques, mais pour la plupart, il s'agit d'une niche numérique. Vous pouvez donc retirer cela de votre liste.

Les trois autres niches ont toutes des produits physiques spécifiques qui leur sont associés, ils obtiennent donc un «oui» pour cette question.

Passons maintenant à la partie 2 de cette question. Quelle est exactement l'ampleur des besoins de chaque niche pour les produits? Vous pourriez faire valoir que les trois ont des besoins assez importants, donc pour l'instant vous pouvez continuer à les considérer tous.

QUESTION 2 : **Quelle est la popularité de la niche?**

Ensuite, il est temps d'examiner la popularité de chaque créneau. Vos réponses ici n'élimineront pas nécessairement les niches de votre liste. Au lieu de cela, cette étape vise à vous donner une idée de ce à quoi vous faites face.

Le problème avec cette question est que les produits de niche varient en popularité de temps en temps, il n'y a donc pas de réponse ferme et rapide à cela. C'est une question à laquelle vous devez répondre par vous-même. Mener des recherches sur chaque créneau est le meilleur moyen d'analyser avec précision sa popularité actuelle et future.

Mais pour les besoins de l'argument, je dirai que les t-shirts personnalisés et les filateurs fidget sont très populaires tandis que les produits de voyage sont modérément populaires. Encore une fois, ces termes sont subjectifs et je les utilise uniquement pour cet exemple. Dans la pratique, vous voudrez avoir des données plus spécifiques à comparer.

Cela signifie que vous avez la plus grande chance de vendre des produits de niche liés au voyage, mais cela n'élimine pas non plus complètement les deux autres. C'est simplement un signe d'avertissement que ces niches (T-shirts personnalisés et filateurs fidget) peuvent être trop grandes pour y pénétrer.

Rien n'est impossible; certaines niches sont simplement plus faciles

que d'autres pour le dropshipping.

QUESTION 3 : Cette niche est-elle simplement le résultat d'une mode passagère?

C'est facile. Pour les filateurs fidget, vous pouvez rapidement répondre «oui», de sorte qu'il faut y aller.

Ces produits de niche font définitivement partie d'une mode qui ne se poursuivra pas dans le futur.

D'un autre côté, les T-shirts personnalisés et les produits de voyage ne sont pas des modes, ils peuvent donc rester.

QUESTION 4: **Puis-je réellement ajouter de la valeur à ce créneau?**

Cette question décidera souvent si vous supprimez une niche ou non. Vous devez mettre de côté vos rêves de le faire grand et être brutalement honnête avec vous-même.

Prenez au sérieux tout créneau que vous envisagez et demandez-vous si vous pouvez ajouter des tonnes de valeur avec une nouvelle boutique en ligne. Serez-vous en mesure de répondre à un besoin que d'autres commerçants ne satisfont pas? Serez-vous en mesure d'offrir quelque chose de nouveau ou de différent aux clients potentiels? Allez-vous présenter ou offrir des produits de niche que vos concurrents ne vendent pas?

C'est une question difficile à répondre, mais dans cet exemple, les deux niches restantes (T-shirts personnalisés et produits de voyage) sont assez différentes en termes de saturation du marché.

Il ne fait aucun doute qu'il y a beaucoup plus de magasins de t-shirts personnalisés que de magasins de produits de voyage.

Il est également difficile d'ajouter de la valeur à un créneau lorsqu'il est si saturé, et vous pourriez trouver que c'est le cas avec des T-shirts personnalisés.

Vous pouvez obtenir tout type de T-shirt personnalisé que vous pouvez imaginer, vous ne pouvez donc pas vraiment offrir quelque chose d'unique. Cependant, il est possible qu'avec d'excellentes options de conception, vous puissiez très bien offrir quelque chose que vos concurrents ne peuvent pas.

Cette question peut prendre un certain temps à répondre, et c'est la même chose pour le cours. Vous devrez également réfléchir de manière critique et honnête à votre capacité à ajouter de la valeur dans des créneaux plus saturés. Dans l'ensemble, dans cet exemple, les produits de voyage seraient le meilleur choix.

QUESTION 5 : **Le créneau est-il durable?**

Mais attendez! Vous n'avez pas encore fini. Il vous reste une étape: assurez-vous que le créneau est durable.

Il ne reste plus qu'un créneau: les produits de voyage. Les produits de niche liés au voyage sont certainement quelque chose dont les gens auront toujours besoin, et les gens ne vont pas arrêter de voyager de si tôt, vous pouvez donc affirmer en toute confiance que la niche est durable.

Dernières pensées

Avant de conclure ce chapitre, je voudrais dire quelques mots sur le processus de sélection des créneaux.

J'espère que cet exemple de processus vous a aidé à voir comment exécuter ces stratégies vous-même.

Il ne sera pas toujours aussi facile que cela de choisir un créneau, alors soyez prêt à creuser et à faire des recherches. Il peut être difficile de dire si certains produits de niche ne sont pas durables ou trop populaires.

Faites-moi confiance quand je dis que même si vous mettez une tonne de travail sur cette étape, tout cela sera payant à l'avenir.

Lorsque vous utilisez ce processus, soyez minutieux. Même si vous limitez votre liste à un créneau au début, vous devez toujours poser le reste de ces questions.

Une bonne niche de dropshipping réussira toujours ce test.

Bien sûr, il se pourrait qu'aucune des niches que vous avez sélectionnées ne fonctionne pour vous. Cela peut être une pilule difficile à avaler car vous devrez tout recommencer, mais c'est bien mieux que de choisir le mauvais créneau.

Enfin, n'oubliez pas que vous devrez peut-être revoir cette étape.

Le chapitre suivant explique comment sélectionner des produits de niche, qui est un autre problème complexe en soi.

Vous constaterez peut-être que votre créneau idéal présente un paysage de produits surpeuplé ou qu'il n'est pas rentable depuis longtemps.

Dans ce genre de situations, vous voudrez peut-être passer par le processus de sélection de niche à nouveau.

Cela peut sembler grogner travailler, mais vous devez aller jusqu'au bout jusqu'à ce que vous trouviez un
niche durable avec une bonne variété de produits.

Vous avez un créneau de dropshipping!

Maintenant quoi?

Toutes nos félicitations! Vous avez franchi l'une des étapes les plus difficiles du voyage!
Ensuite, vous devez choisir les produits que vous allez proposer. Avant de le faire, je vous recommande de prendre le temps de vous familiariser avec votre créneau.

Si vous le connaissez déjà à l'intérieur comme à l'extérieur, tant mieux.
Sinon, prenez 7-14 jours pour étudier votre créneau.

Jetez un œil aux détaillants dans le créneau, aux produits qu'ils vendent, aux critiques que les gens donnent et à la façon dont les gens utilisent les produits. Apprenez à connaître le créneau sous autant de perspectives que possible.

Après cela, vous pouvez commencer le processus de sélection des meilleurs produits de niche pour votre magasin.

Choisir le bon produit

La sélection des bons produits dropshipping est cruciale et difficile

étape dans la planification de votre entreprise. Même si vous savez quel créneau

vous allez entrer, vous pourriez avoir peu ou pas d'idée

quels produits vous devriez offrir.

Cela n’aide pas que vous puissiez proposer un nombre illimité de millions de produits mis à disposition par divers grossistes.

De plus, vous souhaitez proposer des produits dropshipping à forte demande qui attireront les gens vers votre vitrine tout en évitant les produits qui ne prendront que de l'espace sur la liste.

En fin de compte, votre public décidera des produits que vous devez transporter. Vous devrez tenir compte de ce que recherche votre nouvelle clientèle et proposer des produits qui répondent à leurs besoins.

À cette fin, dans ce chapitre, vous utiliserez différents

outils pour comprendre

ce que votre public achète et quels produits ont augmenté en demande.

Dans ce chapitre, vous apprendrez les bases de la vente de produits en ligne et comment trouver les meilleurs produits dropshipping pour votre créneau.

La capacité de rechercher des produits potentiels et d'analyser les données de tendance vous sera très utile, et vous pouvez même appliquer ces compétences à d'autres domaines comme le référencement.

Commençons par revoir les bases.

Les bases de la vente de produits en ligne

Il existe certaines vérités de base des produits qui s'appliquent aux produits dropshipping, et vous devez en être conscient si vous voulez réussir. Plus précisément, il existe certaines façons de gagner de l'argent avec des produits, et vous devez utiliser au moins une (de préférence plus) de ces stratégies:

Obtenez des droits de distribution ou de prix exclusifs. Comme vous ne pouvez pas fabriquer vos propres produits dropshipping, la meilleure chose à faire est d'obtenir un accès exclusif à la distribution ou à la tarification des produits. Si vous êtes le seul détaillant à proposer un produit (ou un prix spécial bas pour ce produit), il sera facile de générer des ventes car vous aurez le monopole de ce produit ou de ce prix.

Ce n'est pas toujours facile à réaliser, mais cela peut être très lucratif si vous pouvez le gérer.

Vendez à des prix inférieurs à ceux de vos concurrents.

C'est l'approche la plus part des dropshippers prennent: contrebalancer la concurrence par des produits dropshipping à des prix défiant toute concurrence.

Mais c'est un modèle d'entreprise qui finira par échouer. À un moment donné, vous ne pourrez pas vendre à des prix aussi bas sans subir de perte. Et pensez simplement à devoir rivaliser avec d'autres détaillants, en particulier des géants comme Amazon.

Ce n'est tout simplement pas pratique, et je ne recommande pas de le faire.

Ajouter de la valeur. J'ai déjà souligné cela, mais cela mérite d'être répété. De nombreux dropshippers ne pensent même pas à ajouter de la valeur, ce qui en fait l'une des meilleures stratégies à utiliser.

Vous pouvez ajouter de la valeur avec des guides d'achat, des images de produits de qualité professionnelle ou des vidéos pratiques.

Quoi que vous fassiez, il est important que vous puissiez offrir une sorte de valeur ajoutée en plus des produits dropshipping que vos clients souhaitent.

Lorsqu'il s'agit de produits dropshipping, la valeur ajoutée est le moyen le plus sûr de réussir. C'est aussi la stratégie la plus simple à bien des égards.

Même si vous savez comment vous allez ajouter de la valeur à votre magasin, vous devez toujours penser à des choses comme les prix, le marketing, la disponibilité des produits, la demande de produits et la concurrence.

Chacun de ces domaines est complexe et doit être soigneusement étudié avant de poursuivre.

Prix C'est un gros problème.

Évidemment, la tarification est quelque chose que vous devez considérer attentivement si vous voulez vendre des produits en ligne, mais de nombreux entrepreneurs ne lui accordent pas l'attention qu'elle mérite.

En ce qui concerne les produits dropshipping, vous devez réfléchir à la façon dont vous allez évaluer vos articles et comment vous pouvez évaluer vos articles.

En effet, il existe parfois des limites sur la façon dont vous pouvez évaluer vos articles.

De nombreux fabricants fixent un prix minimum annoncé (MAP). Si un produit a un MAP, cela signifie que vous, en tant que revendeur, devez prix l'article au niveau ou au-dessus de ce prix.

C'est une bonne chose car cela empêche les détaillants de livrer des produits dropshipping à des prix très bas et de déclencher des guerres de prix.

Cela égalise également les règles du jeu parmi les dropshippers, ce qui signifie que vous n'avez pas à baisser vos prix pour vous démarquer.

D'un autre côté, les MAP limitent le montant des bénéfices que vous pouvez faire, mais c'est un petit compromis pour les avantages que les MAP apportent.

Certains fabricants ne définissent pas de MAP pour leurs articles, ce qui rend la vente un peu plus délicate.

Vous pourriez vous retrouver à perdre des ventes, car un autre magasin vend le même produit à moindre coût. Dans le même temps, une baisse de vos prix réduirait encore plus vos marges, donc c'est à peu près une situation perdante. Dans l'ensemble, les produits avec MAP sont meilleurs pour votre résultat net.

Vous voulez également penser à la fourchette de prix pour les articles que vous

offre.

Bien qu'être le détaillant le moins cher soit une mauvaise stratégie, vous

ne souhaitez pas pouvoir proposer des prix compétitifs, et vous souhaiterez proposer des articles accessibles aux clients.

Cela est particulièrement vrai lorsqu'il s'agit de produits dropshipping qui sont particulièrement chers.

Décider d'offrir des articles coûteux peut présenter des problèmes supplémentaires.

Si vos articles sont plus chers (500 $ et plus), les acheteurs potentiels voudront souvent parler à un représentant des ventes pour s'assurer que votre magasin est légitime et que le produit leur convient.

Vous devrez donc prévoir un budget pour le support client afin de pouvoir répondre aux questions des clients et leur donner la tranquillité d'esprit.

Ce niveau de support client n'est pas toujours pratique si vous êtes un solopreneur qui amorce tout avec juste un ordinateur portable.

C'est pourquoi la fourchette de 100 $ à 200 $ (donner ou prendre environ 50 $) est souvent considérée comme le point idéal pour le dropshipping

des produits.

Vous pouvez réaliser un profit solide et offrir des prix attractifs à vos clients sans avoir à dépenser un joli centime sur les solutions de support client.

Marketing

En ce qui concerne le dropshipping, le marketing est très important. Même si vous n'êtes pas un vétéran du marketing, c'est toujours quelque chose avec lequel passer du temps. À ce stade, vous n'avez pas à créer de stratégies marketing ultra détaillées, mais vous devez avoir une idée générale de la manière dont vous allez commercialiser vos produits. Quels canaux pourriez-vous utiliser pour le marketing? Que font les autres détaillants? Y a-t-il plusieurs façons de commercialiser les produits dropshipping dans votre créneau, ou êtes-vous limité?

Vous pouvez prendre une page des livres de vos concurrents en voyant quels types de stratégies marketing ils utilisent, puis en analysant celles qui pourraient vous convenir.

Vous pourriez être surpris de la facilité avec laquelle il est possible de choisir des stratégies et des techniques utiles auprès d'autres détaillants.

Si vous débutez dans le marketing, consultez cet article de blog qui présente 13 stratégies exploitables que même un débutant peut comprendre.

Lorsque vous débutez dans le dropshipping, le marketing est particulièrement important.

Car c'est ainsi que vous amènerez des gens dans votre magasin. Si vous ne commercialisez pas vos produits dropshipping, vous n'obtiendrez aucun trafic.

Même si vous utilisez des solutions comme Shopify, Amazon ou eBay, vous devez toujours tirer parti de la puissance du marketing.

Bien qu'il soit tentant de se concentrer exclusivement sur le marketing des médias sociaux, les entreprises de dropshipping bénéficient également d'autres types de marketing. Pouvez-vous mettre en place une stratégie d'email marketing autour de votre boutique? Et les publicités? SEO?

De plus, comment envisagez-vous de générer du trafic et d'acquérir des clients?

Ce truc peut devenir un peu sec, mais il vaut mieux penser à tout cela maintenant et pas dans des mois quand il est trop tard.

Être proactif en matière de marketing vous aidera à démarrer rapidement lorsque votre magasin ouvrira.

La disponibilité des produits

La disponibilité est en fait un facteur assez important pour décider produits à offrir.

En ce qui concerne les produits dropshipping, c'est important de ne pas choisir les articles qui sont trop facilement disponibles.

Qu'est-ce que je veux dire par là? Eh bien, pourquoi la plupart des gens achètent-ils des articles en ligne? Parce qu'ils ne peuvent obtenir ces articles nulle part ailleurs.

Si vous offrez des produits dropshipping uniquement disponibles en ligne, vous allez optimiser votre boutique pour obtenir le plus de ventes possible.

D'un autre côté, si vous vendez des produits dropshipping qui sont largement disponibles, les gens sont peu incités à acheter dans votre magasin. Cela est particulièrement vrai si les clients peuvent obtenir quelque chose dans un magasin à proximité. C'est l'idée de la rareté en action, et c'est important pour stimuler les ventes.

Par exemple, si un client a besoin de produits comme des serviettes en papier ou du savon pour les mains, il se rendra probablement dans son magasin à grande surface local.

Mais s'ils recherchent une bonne affaire sur, disons, une carte SD haute capacité ou un étui de téléphone personnalisé, ils chercheront probablement en ligne à la place.

Cela se résume essentiellement à la commodité; s'il est plus pratique pour les clients de commander en ligne, ils le feront.

Lorsque vous vendez des produits en ligne, proposer des articles tels que des chargeurs USB ou des couverts n'est pas toujours rentable.

Ce sont des articles que vous pouvez facilement obtenir dans la plupart des magasins physiques, il est donc plus pratique de les acheter dans la vie réelle plutôt qu'en ligne.

Cela ne signifie pas que vous ne pouvez vendre aucun article facilement disponible, mais vous ne devez certainement pas vous fier uniquement à ces produits.

Demande de produit

Si un produit n'a pas une demande suffisante, il peut s'agir d'un raté. La demande est une règle économique de base, mais elle est encore plus importante en ce qui concerne les produits dropshipping.

Fondamentalement, la demande est encore plus importante pour le dropshipping que pour d'autres formes de vente au détail en ligne.

Dans un marché de niche, il y a plus de place pour travailler avec des produits dropshipping qui ont moins de demande. Pensez aux figurines d'action de personnages de films.

C'est un marché incroyablement spécialisé et, dans l'ensemble des choses, la demande est faible, mais les prix compensent cette faible demande. Si vous êtes un amateur ou un collectionneur qui n'est pas trop intéressé par le dropshipping, ce n'est pas un problème.

Cependant, si vous voulez une entreprise durable, les meilleurs produits dropshipping sont ceux qui sont en demande modérément élevée à très élevée.

La vente de figurines d'action ne paiera pas les factures de manière cohérente, même si cela peut bien payer.

Vous voulez des articles dont la demande est constante.

Plus loin dans ce chapitre, je vais vous montrer comment évaluer la demande en utilisant divers outils et ressources en ligne.

Quand il est temps de rechercher des produits pour votre magasin, vous devez connaître ces compétences cruciales.

Compétition

Si vous voulez vendre des produits en ligne, vous devez vous

démarquer des autres magasins qui sont comme les vôtres.

Vous devez étudier vos concurrents et découvrir où se trouvent leurs faiblesses.

L'objectif est essentiellement de les surpasser en faisant des choses qu'ils ne font pas.

La recherche de vos concurrents est un élément important pour comprendre à quoi ressemble le paysage des produits de votre créneau et comment vous pouvez vous introduire.

Quand je dis étude, je le pense. Je parle d'une analyse approfondie de ce que vos concurrents vendent, comment ils se commercialisent, à quoi ressemblent leurs sites Web, et bien plus encore.

Tout comme le marketing et la recherche de produits, l'analyse des concurrents est en cours. Au fur et à mesure que vos concurrents changent de stratégie et proposent différents produits dropshipping, vous devez rester vigilant, car ces actions pourraient signifier des changements de tendance.

Tout cela constitue les bases de la vente de produits en ligne.

Je vais approfondir ce chapitre, car le dropshipping vous oblige à aborder la vente de manière très ciblée.

Trouver des produits à forte demande

Comme je l'ai mentionné plus tôt, la demande est essentielle à la création d'une grande entreprise de dropshipping.

En fait, la demande est une grande raison pour laquelle le dropshipping peut être si lucratif.

La vente de produits à faible demande est une impasse, vous devez donc vous assurer de trouver des produits qui ont un niveau de demande important. Mais comment faites-vous cela?

Vous pouvez évaluer la demande en utilisant des outils en ligne et en recherchant des détaillants dans votre créneau.

Ces deux méthodes sont inestimables pour rechercher les meilleurs produits dropshipping pour votre site, et vous pourrez toujours utiliser ces techniques une fois que vous les aurez trouvées.

Tout d'abord, passons en revue certains des meilleurs outils en ligne pour la sélection de produits.

Planificateur de mots clés Google

Lorsqu'il s'agit de trouver les meilleurs produits dropshipping pour votre créneau, la recherche de mots clés est une excellente méthode. Les mots clés révèlent les produits recherchés.

Bien que vous ne puissiez pas toujours savoir si ces produits se vendent, un volume de recherche élevé signifie généralement qu'un produit fonctionne bien. Vous ne savez peut-être rien sur la recherche de mots clés.

C'est bon! Vous n'avez pas besoin de connaissances préalables pour commencer à chercher comme un pro.

Tout est dans les outils que vous utilisez, et ceux que j'ai rassemblés ici sont parmi les meilleurs.

Je vais commencer avec Google Keyword Planner.

Il y a une raison pour laquelle l'outil de planification des mots clés est l'un des outils de mots clés les plus utilisés au monde.

C'est peut-être la ressource de mots-clés la plus accessible sur Internet (et c'est Google).

Il est également gratuit, mais vous devez avoir une campagne publicitaire active pour utiliser le planificateur.

Les inconvénients? Les données sont assez générales et pas trop complètes. Vous voudrez compléter les résultats que vous obtenez avec les résultats d'autres outils (c'est pourquoi je parle ici de plusieurs outils).

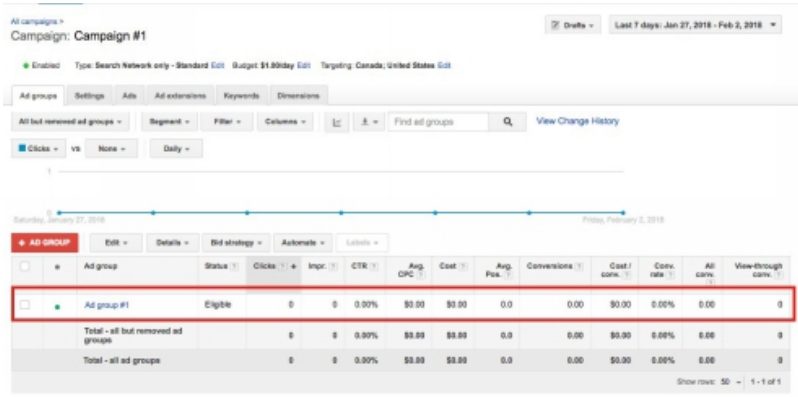
Cela dit, l'outil de planification des mots clés est un excellent début et c'est certainement un outil que vous devez utiliser régulièrement.

Tout d'abord, accédez à https://adwords.google.com et assurez-vous que vous êtes connecté au bon compte.

Ensuite, assurez-vous d'avoir une campagne publicitaire active.

Vous pourrez le voir dans votre tableau de bord AdWords.

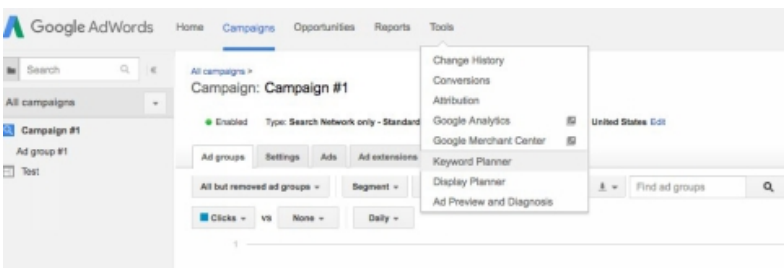
Une campagne (ou plusieurs campagnes) doit apparaître dans cette section de la page:



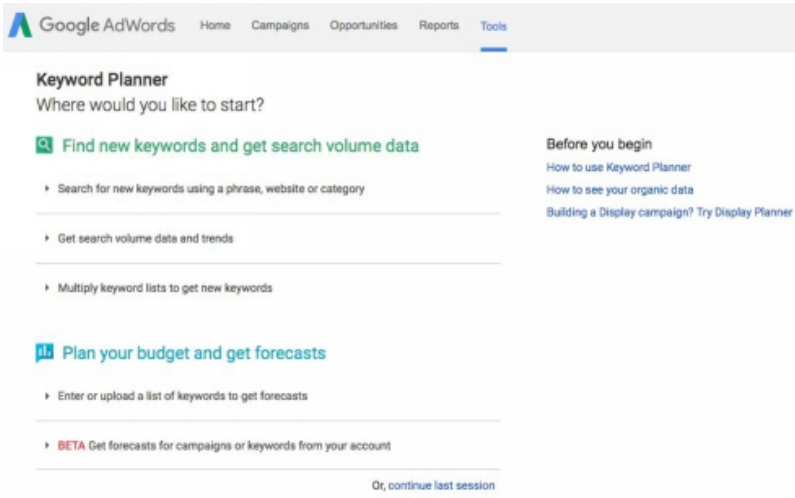
Si aucune campagne n'est répertoriée ici, vous devez en créer une en cliquant sur le bouton "+ GROUPE D'ANNONCES" et en remplissant les pages suivantes.

Une fois la campagne configurée, dirigez-vous vers le menu en haut de l'écran.

Cliquez sur "Outils" puis sur "Planificateur de mots clés".



Vous devriez voir cet écran:


Google AdWords
Home
Campaigns
Opportunities
Reports
Tools
Keyword Planner
Where would you like to start?
Find new keywords and get search volume data
Search for new keywords using a phrase, website or category
Get search volume data and trends
Multiply keyword lists to get new keywords
Plan your budget and get forecasts
Enter or upload a list of keywords to get forecasts
BETA Get forecasts for campaigns or keywords from your account
Or, continue last session
Before you begin
How to use Keyword Planner
How to see your organic data
Building a Display campaign? Try Display Planner

Il s'agit de l'écran de démarrage du planificateur de mots clés réel.

Familiarisez-vous avec lui, car vous l'utiliserez une tonne.

Vous verrez qu'il existe plusieurs options ici, et au fil du temps, vous pourriez finir par les utiliser toutes.

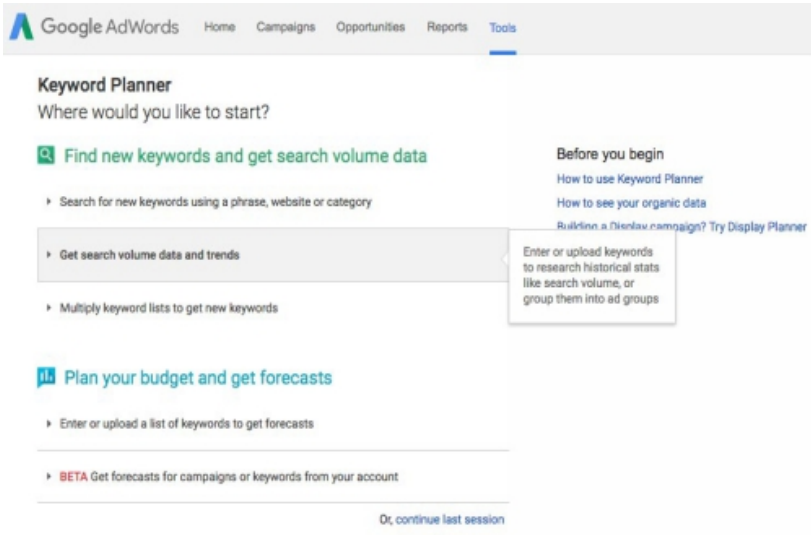
Pour l'instant, cependant, je vais simplifier le processus afin que vous puissiez commencer immédiatement.

Il y a deux façons de procéder: la méthode simple et la méthode approfondie.

Je recommande la méthode en profondeur, mais si vous ne recherchez qu'un aperçu pour commencer, vous pouvez utiliser la méthode simple.

La manière simple de rechercher des mots clés

Si vous voulez jeter un coup d'œil au volume de recherche ou à la quantité de certains termes recherchés, cliquez sur «Obtenir les données et les tendances du volume de recherche».


Google AdWords
Home
Campaigns
Opportunities
Reports
Tools
Keyword Planner
Where would you like to start?
Find new keywords and get search volume data
Search for new keywords using a phrase, website or category
Get search volume data and trends
Multiply keyword lists to get new keywords
Before you begin
How to use Keyword Planner
How to see your organic data
Enter or upload keywords to research historical stats like search volume, or group them into ad groups
Plan your budget and get forecasts
Enter or upload a list of keywords to get forecasts
BETA Get forecasts for campaigns or keywords from your account
Or, continue last session

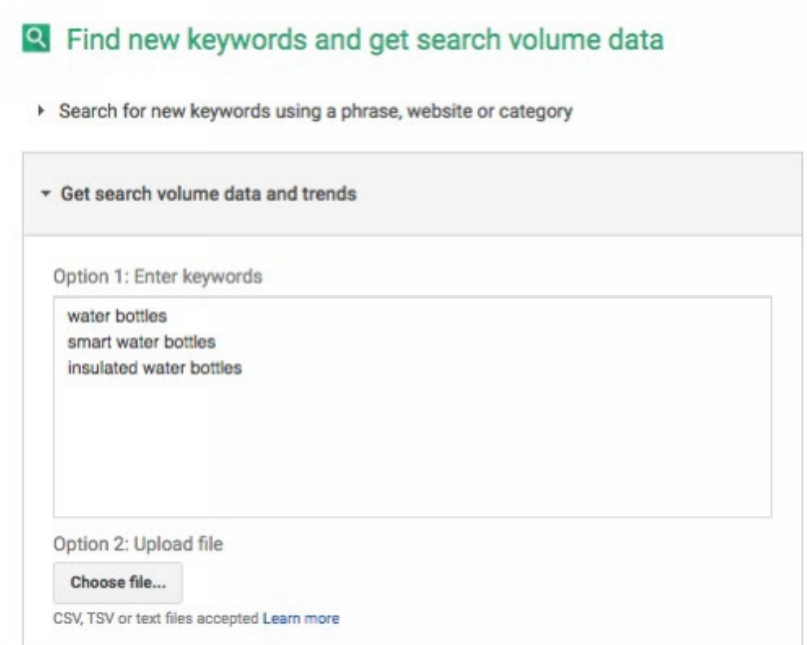
Ensuite, entrez les termes de recherche que vous souhaitez rechercher.

Si vous avez beaucoup de mots clés, vous pouvez télécharger un fichier CSV, TSV ou texte, et l'outil de mots clés fera tout le gros du travail pour vous.

Ensuite, entrez les termes de recherche que vous souhaitez rechercher.

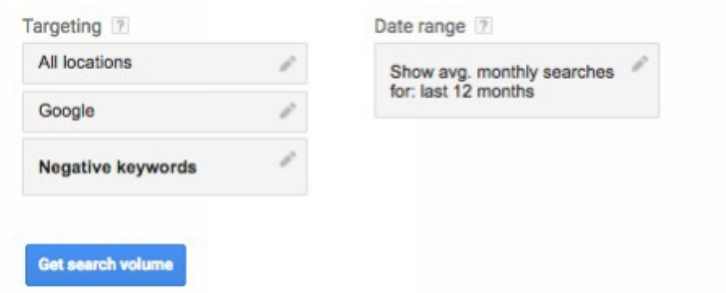
Si vous avez beaucoup de mots clés, vous pouvez télécharger un fichier CSV, TSV ou texte,

et l'outil de mots clés fera tout le gros du travail pour vous.


Find new keywords and get search volume data
Search for new keywords using a phrase, website or category
Get search volume data and trends
Option 1: Enter keywords
water bottles
smart water bottles
insulated water bottles
Option 2: Upload file
Choose file...
CSV, TSV or text files accepted Learn more

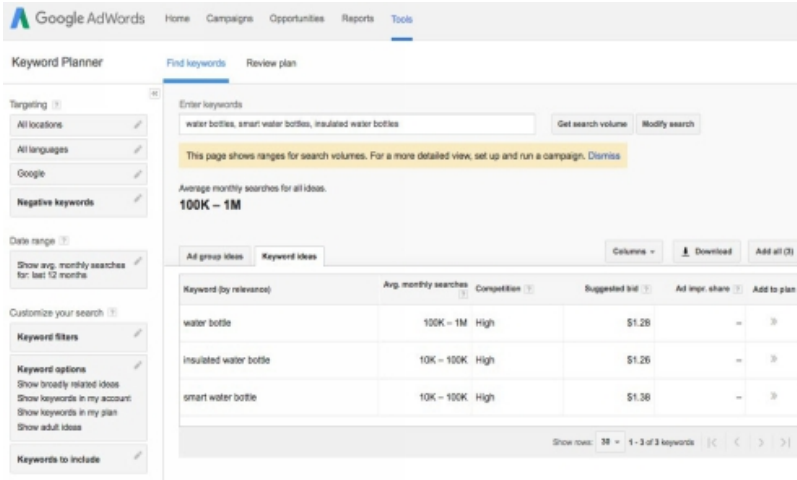
Vous pouvez également cibler certains emplacements, choisir d'inclure les partenaires de recherche de Google et spécifier une plage de dates.

(En ce qui concerne la dernière option appelée "Mots clés à exclure", j'y reviendrai plus loin dans ce chapitre.)



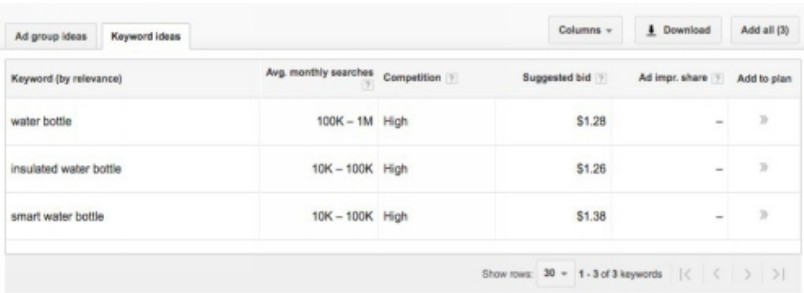
Lorsque vous avez terminé de modifier les paramètres, cliquez sur "Obtenir le volume de recherche".

Voici notre exemple de résultat:



Cela peut sembler complexe si vous n'y êtes pas habitué, alors voici comment lire cette page.

Concentrons-nous uniquement sur le graphique en bas.



Les mots clés que vous avez recherchés se trouvent à l'extrême gauche sous la catégorie "Mot clé (par pertinence)".

Le moy. recherches mensuelles affiche le volume de recherche mensuel pour ce mot clé.

À droite, la catégorie Concurrence vous donne une idée de la compétitivité de chaque mot clé.

Ces deux catégories fonctionnent en tandem pour vous fournir une vue d'ensemble de chaque mot clé.

Dans cet exemple, la «bouteille d'eau» a un volume de recherche mensuel de 100 000 à 1 000 000, tandis que la «bouteille d'eau isolée» et la «bouteille d'eau intelligente» se situent entre 10 000 et

100 000.

Maintenant, ce sont d'énormes gammes, ce qui peut poser un problème lorsque vous essayez de déterminer quels produits dropshipping sont recherchés. Il y a une grande différence entre un produit qui reçoit 10 000 recherches par mois et un autre produit qui en reçoit dix fois plus.

C'est pourquoi c'est la manière la plus simple. Cela peut vous donner une idée approximative

de la popularité de certains produits dropshipping, mais pour obtenir le

informations les plus spécifiques, vous souhaiterez utiliser la méthode

regarder les mots clés à l'aide de l'outil de Google.

Les mots clés que vous avez recherchés se trouvent à l'extrême gauche sous la catégorie "Mot clé (par pertinence)".

Le moy. recherches mensuelles affiche le volume de recherche mensuel pour ce mot clé.

À droite, la catégorie Concurrence vous donne une idée de la compétitivité de chaque mot clé.

Ces deux catégories ont été élaborées en tandem pour vous fournir une vue d'ensemble de chaque mot clé.

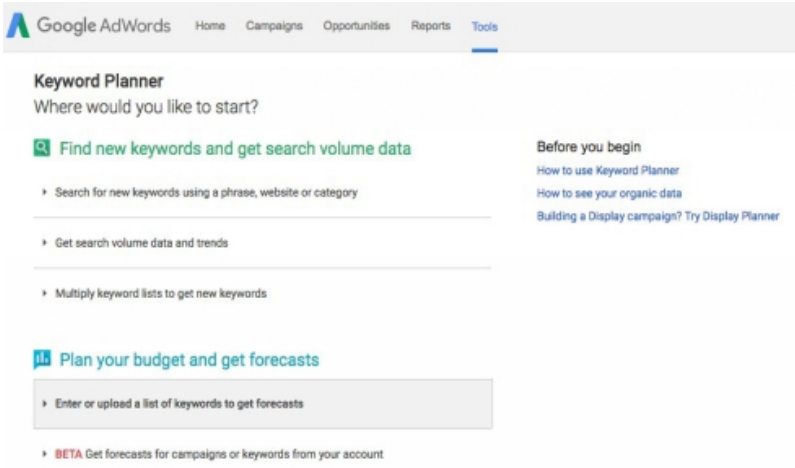
Dans cet exemple, la «bouteille d'eau» un volume de recherche mensuelle de 100 000 à 1 000 000, tandis que la «bouteille d'eau isolée» et la «bouteille d'eau intelligente» se situent entre 10 000 et 100 000.

Maintenant, ce sont des gammes d'énormes, ce qui peut poser un problème lorsque vous essayez de déterminer quels produits dropshipping sont recherchés.

Il y a une grande différence entre un produit qui reçoit 10 000 recherches par mois et un autre produit qui reçoit dix fois plus.

C'est pourquoi c'est la manière la plus simple. Cela peut vous donner une idée approximative de la promotion de certains produits dropshipping, mais pour obtenir les informations les plus spécifiques, vous souhaitez utiliser la méthode de lecture des mots

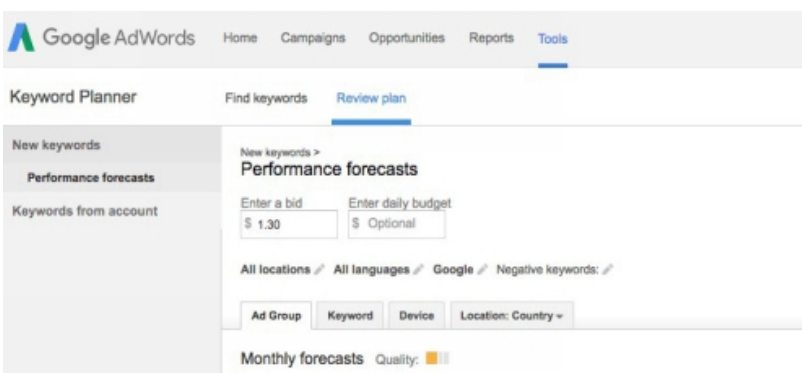
clés à l'aide de l'outil de Google.


Google AdWords
Home
Campaigns
Opportunities
Reports
Tools
Keyword Planner
Where would you like to start?
Find new keywords and get search volume data
Search for new keywords using a phrase, website or category
Get search volume data and trends
Multiply keyword lists to get new keywords
Plan your budget and get forecasts
Enter or upload a list of keywords to get forecasts
BETA Get forecasts for campaigns or keywords from your account
Before you begin
How to use Keyword Planner
How to see your organic data
Building a Display campaign? Try Display Planner

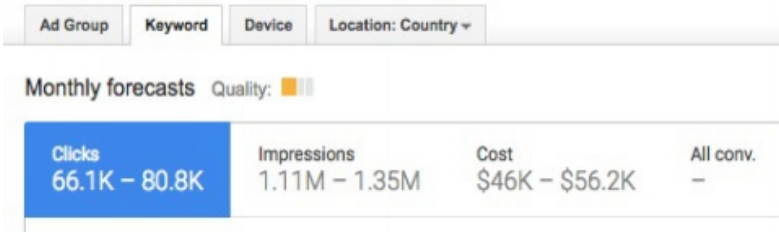
Cette étape suivante est presque identique à la méthode simple: entrez vos mots clés et modifiez les champs comme vous le souhaitez. Vous pouvez également choisir les langues ici si vous en avez besoin.

Lorsque vous avez terminé, cliquez sur "Obtenir des prévisions".

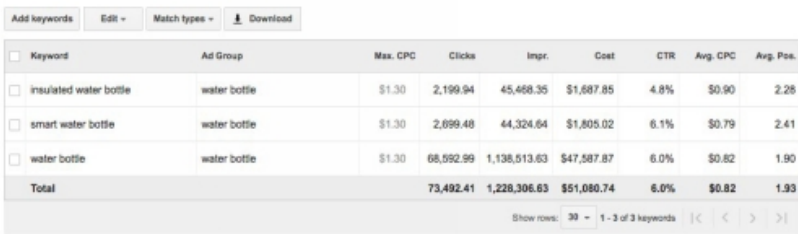
Pour cette méthode, vous devrez saisir une enchère. Si vous avez déjà utilisé la méthode simple, vous pouvez utiliser l'une des offres suggérées ici.



Ensuite, cliquez sur l'onglet Mot-clé situé juste au-dessus du graphique.



Faites défiler vers le bas et vous verrez un graphique qui ressemble à ceci:



Ici, vous verrez des informations beaucoup plus détaillées sur les termes de recherche.

Vous pouvez voir combien de clics les termes reçoivent, leurs taux de clics (CTR), le coût par clic (CPC) moyen, etc.

Ces informations sont précieuses et vous donnent un aperçu plus précis des mots clés que vous recherchez.

Vous pouvez également régler

les paramètres, notamment le montant de l'enchère, la plage de dates et les emplacements.

Je sais que cela semble beaucoup, mais toute la procédure est beaucoup plus rapide que vous ne le pensez.

Avec le temps, vous pourrez écraser des tonnes de recherches de mots clés en quelques minutes.

C'est une excellente méthode pour obtenir des résultats détaillés des mots clés sans avoir à étudier le référencement pendant des mois.

Obtenez des idées de mots clés à longue queue

Une autre utilisation pratique de l'outil de planification des mots clés consiste à générer des mots clés à longue queue.

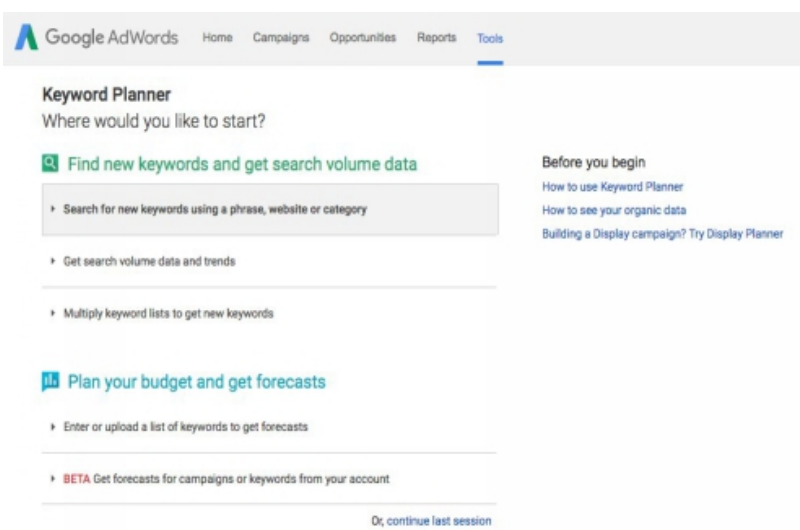
Les mots clés à longue queue sont des variantes super spécifiques des mots clés qui constituent généralement la majeure partie du volume de recherche d'un site.

Par exemple, si «bouteille d'eau» est votre mot clé de discussion, certaines queues longues peuvent être «meilleure bouteille d'eau pour le camping» et «bouteilles d'eau réutilisables».

Ils sont étroitement liés (et incluent souvent) le mot clé focus. La plupart des gens utiliseront des queues longues pour rechercher.

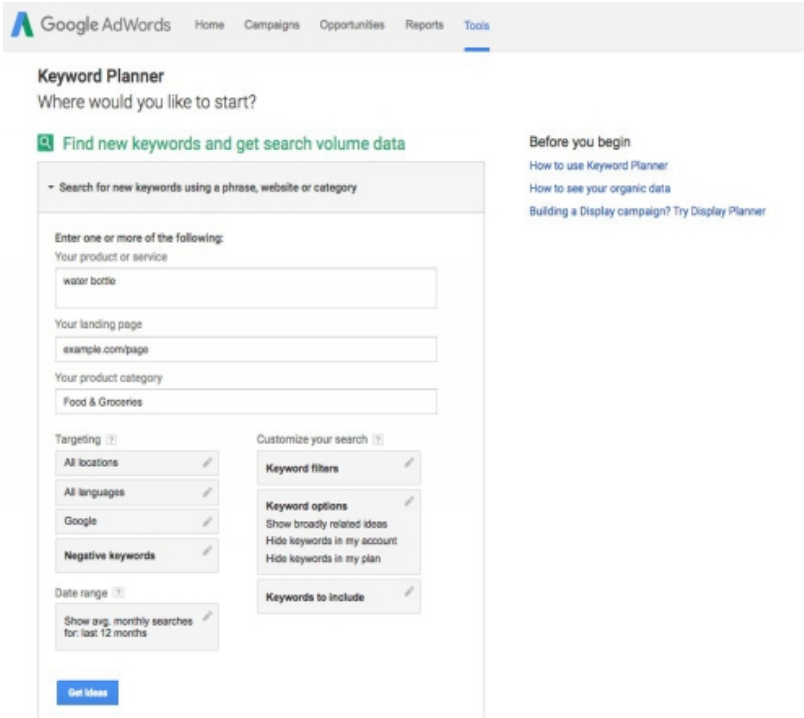
Trouver des queues longues vous aidera à trouver d'autres produits dropshipping potentiels qui pourraient être des succès fracassants pour votre magasin. Voici comment procéder à l'aide de l'outil de planification des mots clés.

Dans AdWords, accédez à Outils > Planificateur de mots clés. Sélectionnez "Rechercher de nouveaux mots clés à l'aide d'une expression, d'un site Web ou d'une catégorie".


Google AdWords
Home
Campaigns
Opportunities
Reports
Tools
Keyword Planner
Where would you like to start?
Find new keywords and get search volume data
Search for new keywords using a phrase, website or category
Get search volume data and trends
Multiply keyword lists to get new keywords
Plan your budget and get forecasts
Enter or upload a list of keywords to get forecasts
BETA Get forecasts for campaigns or keywords from your account
Or, continue last session
Before you begin
How to use Keyword Planner
How to see your organic data
Building a Display campaign? Try Display Planner

Sur la page suivante, saisissez un mot clé de focus dans la case qui dit "Votre produit ou service".

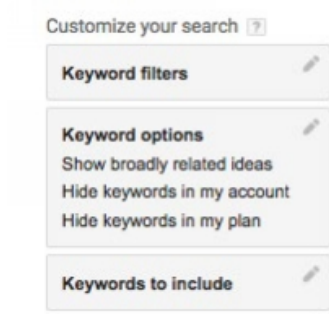
Remplissez également le reste des formulaires.



Portez une attention particulière à la section "Personnaliser votre recherche" dans le coin inférieur droit.

Vous pouvez être très précis avec votre recherche ici.

Lorsque vous avez terminé de tout remplir, cliquez sur "Obtenir des idées".



Faites défiler un peu la page suivante et vous verrez un graphique qui ressemble à ceci:

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Suggested bid	Ad impr. share	Add to plan
glass water bottle	10K – 100K	High	$0.87	–	»
large water bottle	1K – 10K	High	$0.76	–	»
big water bottles	1K – 10K	High	$0.65	–	»
water bottle brands	10K – 100K	High	$2.62	–	»
small water bottles	1K – 10K	High	$0.61	–	»
cool water bottles	10K – 100K	High	$1.37	–	»
water bottle online	1K – 10K	High	$0.11	–	»
1 litre water bottle	1K – 10K	High	$0.66	–	»
water jug	10K – 100K	High	$0.94	–	»
drinking water bottle	1K – 10K	High	$0.70	–	»

Ce sont tous des mots clés que Google a trouvés en fonction du mot clé focus que vous avez entré.

Vous pouvez voir le volume de recherche mensuel moyen, le niveau de concurrence et l'enchère suggérée.

Encore mieux, vous pouvez prendre ces mots clés et les exécuter à travers la méthode détaillée mentionnée ci-dessus.

Cela vous permettra d'analyser à quel point les différents produits sont populaires.

Un dernier conseil: si vous configurez une campagne factice pour utiliser l'outil de planification des mots clés, assurez-vous de rentrer

et de le retirer.

Dans l'ensemble, Google Keyword Planner est un outil assez formidable pour trouver des produits potentiels de dropshipping si vous l'utilisez correctement.

Il vous fournit quelques chiffres de base que vous pouvez utiliser pour commencer

comprendre quels produits réussissent et lesquels sont

baisse de popularité.

Tendances Google

Tendances est un autre outil gratuit de Google qui peut être très utile pour sélectionner des produits.

Il est particulièrement utile pour prendre les idées de produits que vous avez trouvées via l'outil de planification des mots clés et les analyser de manière plus approfondie.

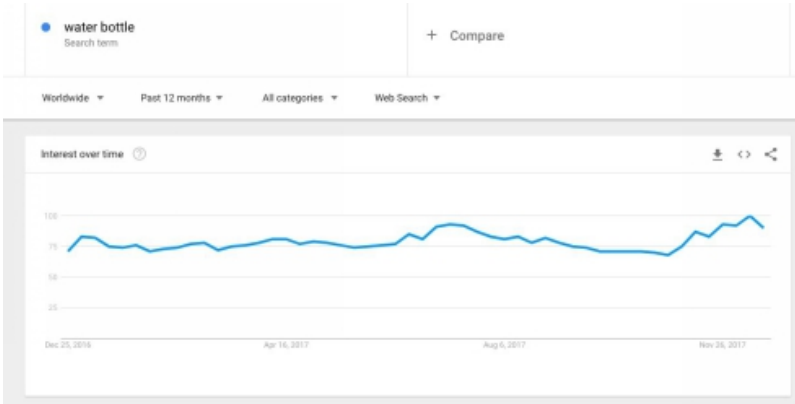
Rendez-vous sur https://trends.google.com et entrez un terme de recherche dans la case.

Lorsque vous effectuez une recherche, vous verrez quelques options dans un menu déroulant. Commencez par choisir «terme de recherche».

La page suivante vous donnera des résultats basés sur votre terme de recherche.

Il y a beaucoup à retenir ici, alors passons en revue les éléments les plus utiles.

Tout d'abord, vous verrez un graphique appelé Intérêt au fil du temps.

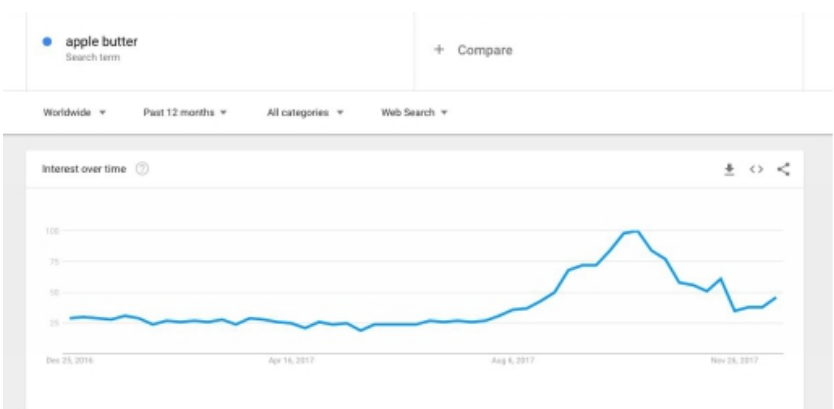


Il s'agit d'un visuel super utile du volume de recherche sur une période de temps que vous pouvez spécifier. Vous pouvez également modifier l'emplacement, la plage de dates, la catégorie et le type de recherche.

Ce graphique peut vous aider à comprendre si vos produits sont saisonniers ou non.

De nombreux produits connaissent un pic de popularité au cours d'une certaine période de l'année, et si vous envisagez de le faire, vous voudrez le savoir à l'avance.

Découvrez la bosse dans ce graphique:



Cela signifie que la plupart des gens achètent du beurre de pomme en septembre et octobre.

Pendant le reste de l'année, les achats de beurre de pomme restent stables.

C'est définitivement un produit saisonnier.

Ensuite sur cette page, vous pouvez voir Intérêt par région. Cela est utile pour comprendre d'où vous pouvez obtenir la majeure partie de vos commandes, et cela peut même vous donner une idée de la fréquence à laquelle vous devrez utiliser l'expédition internationale.

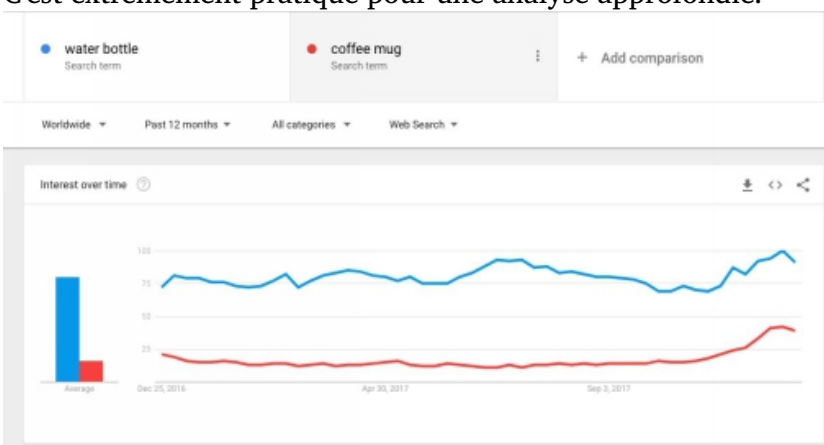
Au bas de la page, vous verrez deux sections appelées Rubriques connexes et requêtes associées.

Ici, vous pouvez avoir encore plus d'idées de produits dropshipping! Ces sections vous donnent essentiellement des sujets à longue traîne et des termes de recherche que vous pouvez examiner.

(Ils sont également utiles pour le référencement et le marketing.)

Enfin, ne négligez pas la fonction de comparaison tout en haut. Il vous permet de comparer deux ou plusieurs termes de recherche.

C'est extrêmement pratique pour une analyse approfondie.



Globalement, Trends vous offre une perspective différente. Bien que ses caractéristiques comparatives soient remarquables, il y a beaucoup à aimer
cet outil gratuit.

SEMrush

Vous voulez encore plus de données? Vous êtes à l'aise avec

l'augmentation de votre jeu SEO? Jetez un œil à SEMrush .

C'est un outil de mots clés beaucoup plus complet que presque tous les référenceurs professionnels ont utilisé à un moment ou à un autre. Il peut vous donner des informations incroyablement spécifiques sur les mots clés, vous pouvez donc récupérer des mots clés dans l'outil de planification des mots clés et les saisir dans SEMrush pour obtenir tous les détails. Ce n'est rien de moins qu'une puissance SEO. **accéder au lien** : SEMrush

La seule mise en garde: vous ne pouvez effectuer que 10 recherches par jour.

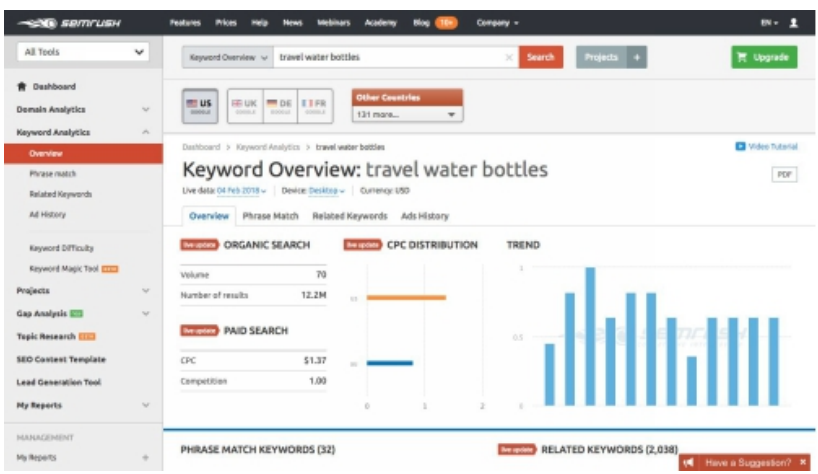
Vous obtenez également seulement 10 résultats pour chaque catégorie. Cela peut être limitatif si vous souhaitez une analyse très approfondie.

Je recommande toujours SEMrush pour sa puissance et son utilité. Un plan payant vous aidera à tirer le meilleur parti du logiciel, mais en réalité, le plan gratuit fonctionnera pour plus de dropshippers au début.

À moins que vous n'ayez de l'argent supplémentaire pour brûler un trou dans votre poche, optez pour le plan gratuit pour commencer.

Rendez-vous sur SEMrush.com et entrez un mot-clé dans la barre de recherche principale au milieu de la page et cliquez sur "Commencer maintenant". accéder au lien: SEMrush

Vous verrez une page d'analyse qui ressemble à ceci:



Ici, vous pouvez voir quatre rubriques importantes: recherche organique, recherche payante, distribution CPC et tendance.

La recherche organique vous montrera le volume de recherche (c'est-à-dire la moyenne des recherches mensuelles pour ce mot clé) pour la recherche qui se produit de manière organique.

Cela signifie que l'entreprise n'a pas dépensé d'argent pour effectuer ces recherches.

Cette catégorie est essentielle car elle reflétera le nombre de personnes qui utilisent naturellement le mot-clé sans l'influence

d'aucune annonce ou campagne.

La recherche payante est également importante, car elle vous donnera le CPC moyen (coût par clic) pour le mot clé.

Ce montant représente le montant que vous paierez en moyenne pour qu'un internaute clique sur votre annonce. Ce n'est pas un chiffre exact, mais cela vous donnera une idée du montant que vous envisagez de dépenser.

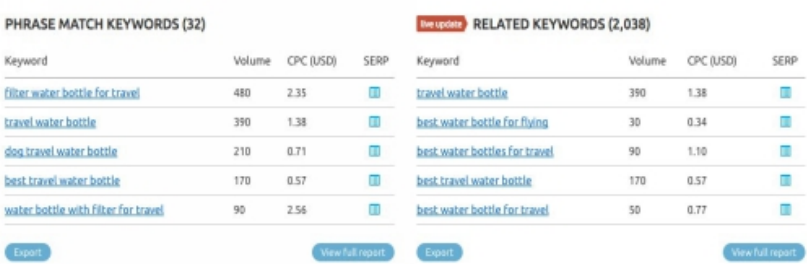
Vous vous demandez ce qu'est la distribution CPC? SEMrush dit qu'il "représente combien il est coûteux de faire une offre sur ce mot-clé particulier dans nos différentes bases de données".

Cliquer sur une barre vous donnera plus de données.

Enfin, la section Tendance représente le niveau de concurrence pour ce mot clé.
Un score de 1 est le plus haut niveau de compétition, tandis que 0 signifie qu'il n'a pratiquement pas de compétition.

Notez que la section Tendance analyse uniquement la recherche payante, bien que SEMrush indique qu'elle peut également refléter la recherche naturelle.

Faites défiler vers le bas sur cette page et vous verrez une autre section avec deux sections intitulées Mots-clés de correspondance de phrase et Mots-clés associés.


PHRASE MATCH KEYWORDS (32)
Keyword Volume CPC (USD) SERP
filter water bottle for travel 480 2.35
travel water bottle 390 1.38
dog travel water bottle 210 0.71
best travel water bottle 170 0.57
water bottle with filter for travel 90 2.56
Export
View full report
live update
RELATED KEYWORDS (2,038)
Keyword Volume CPC (USD) SERP
travel water bottle 390 1.38
best water bottle for flying 30 0.34
best water bottles for travel 90 1.10
best travel water bottle 170 0.57
best water bottle for travel 50 0.77
Export
View full report

Les mots-clés de correspondance d'expression contiennent votre mot-clé cible.

Comme vous pouvez le voir, l'exemple de mot-clé cible que j'ai saisi initialement était «bouteilles d'eau de voyage», et les mots-clés de correspondance de phrase incluent «meilleure bouteille d'eau de voyage» et «bouteille d'eau filtrante pour le voyage».

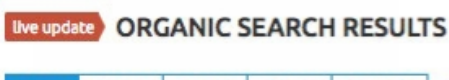
La section Mots-clés associés vous présente des mots-clés similaires à votre mot-clé cible, mais ne l'incluant pas nécessairement. Certains d'entre eux peuvent être proches, comme «les meilleures bouteilles d'eau pour voyager».

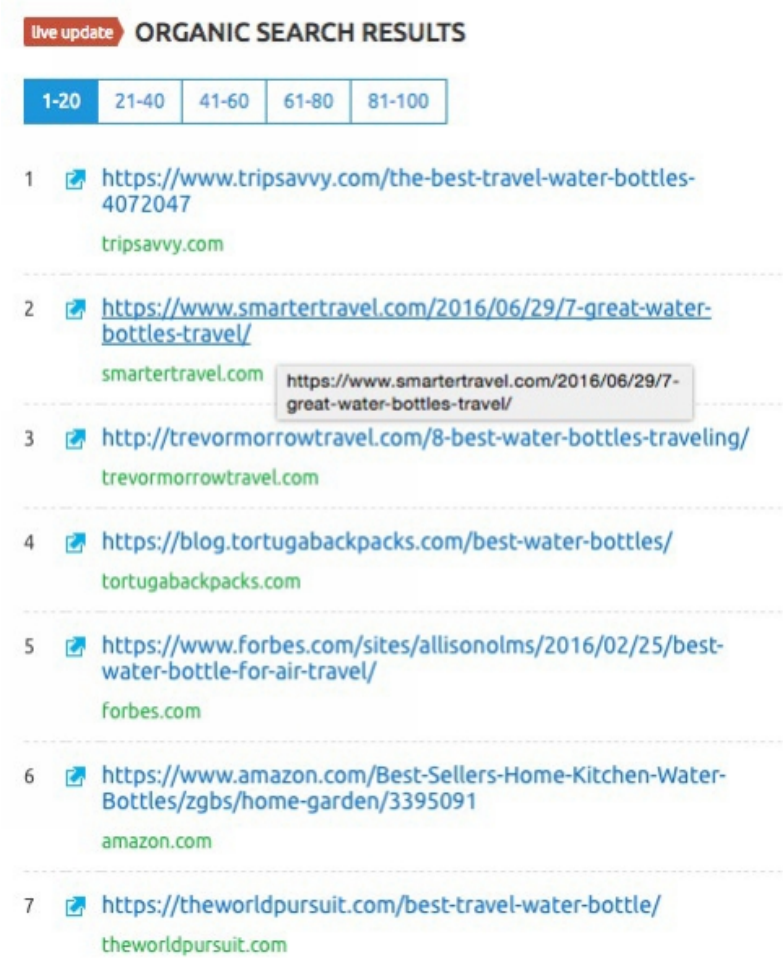
Ces deux sections sont idéales pour générer des idées de mots clés à longue queue, et vous pouvez également voir le volume et le CPC. En prime, si vous cliquez sur les petites icônes bleues sous l'en-tête SERP, vous ouvrirez une recherche Google pour ce mot-clé.

Cela vous donne un bon aperçu de ce à quoi ressemble la page de recherche pour un

mot-clé donné.

Faites défiler encore plus, et vous verrez une autre section très utile intitulée Résultats de la recherche organique.





C'est vraiment utile car il vous montre les 100 premiers résultats organiques pour ce mot clé.

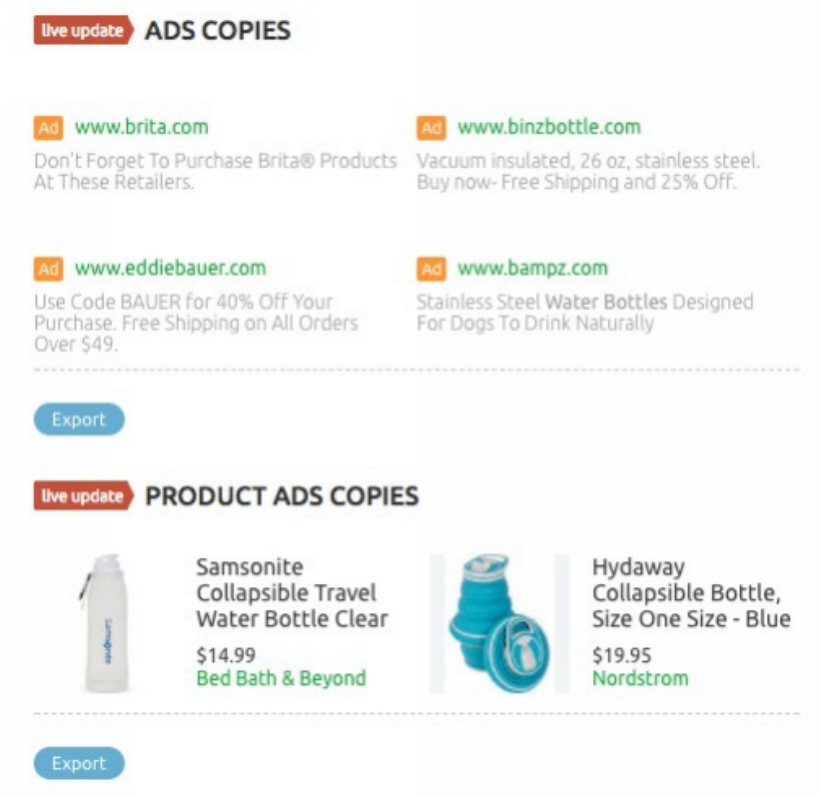
Comme je l'ai dit plus tôt, le trafic organique est essentiel à regarder car il reflète l'intérêt des clients pour un produit.

Cette section filtrera tous les emplacements d'annonces payantes que vous voyez sur les pages de recherche Google, de sorte que vous ne voyez que les meilleurs résultats organiques.

Il existe une autre partie de la page d'analyse SEMrush qui est particulièrement utile dans un contexte de dropshipping.

Si vous regardez à droite de la section Résultats de la recherche

organique, vous verrez un tas de données sur les annonces:


live update
ADS COPIES
Ad www.brita.com
Don't Forget To Purchase Brita® Products At These Retailers.
Ad www.binzbottle.com
Vacuum insulated, 26 oz, stainless steel. Buy now- Free Shipping and 25% Off.
Ad www.eddiebauer.com
Use Code BAUER for 40% Off Your Purchase. Free Shipping on All Orders Over $49.
Ad www.bampz.com
Stainless Steel Water Bottles Designed For Dogs To Drink Naturally
Export
live update
PRODUCT ADS COPIES
Samsonite Collapsible Travel Water Bottle Clear
$14.99
Bed Bath & Beyond
Hydaway Collapsible Bottle, Size One Size - Blue
$19.95
Nordstrom
Export

Alors que les résultats de la recherche organique se concentraient uniquement sur la recherche non payée, cette section examine la recherche payante.

Les copies d'annonces vous montreront quelques exemples de copie d'annonces pour certaines des annonces de recherche les mieux payées. Ici, vous pouvez voir quatre annonces prises directement à partir de la page Google, et vous pouvez facilement voir quelle copie elles ont utilisée.

C'est idéal pour obtenir des informations sur vos concurrents, et même si c'est

pas de match pour une analyse concurrentielle complète, c'est certainement un outil pratique

point de référence qui vous donne un aperçu rapide.

Il peut également donner

vous quelques idées pour une copie d'annonce pour vos propres produits!

Juste en dessous, vous pouvez voir la catégorie Copies d'annonces produit qui affiche des annonces illustrées pour quelques produits.

Cette section semble simple, et il peut ne pas sembler que vous puissiez en tirer beaucoup, mais je vais la détailler et vous montrer à quel point cela peut être utile.

Tout d'abord, vous pouvez voir le titre du produit.

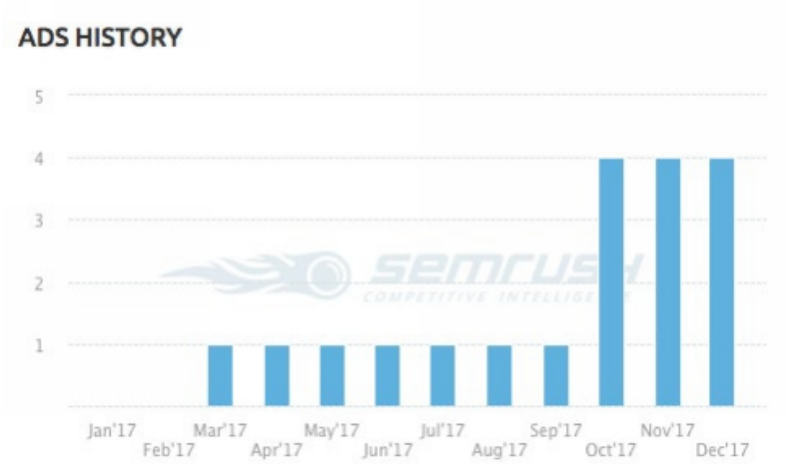
À première vue, cela semble simple, mais regardez plus en profondeur et vous découvrirez que vous pouvez jeter un coup d'œil sur vos concurrents.

Playbooks SEO. En effet, chaque titre de produit est optimisé pour le référencement, contenant souvent des mots clés performants dans ce créneau.

Dans ce cas, notez comment ces deux produits contiennent le mot «pliable». Cela suggère que la «bouteille d'eau de voyage pliable» et d'autres variantes se portent bien.

Si vous vendiez des bouteilles d'eau, vous voudrez peut-être envisager d'offrir des bouteilles pliantes dans votre magasin et d'utiliser ces mots clés. Ainsi, vous obtenez non seulement une idée de mot clé, mais aussi une idée de produit, le tout à partir de quelques mots.

Deuxièmement, ces extraits d'annonces affichent le prix et le site qui les vend. Il s'agit d'une autre forme miniature d'analyse concurrentielle. Vous pouvez voir qui sont certains de vos concurrents et comment ils évaluent leurs produits. Encore une fois, ces informations ne vous donneront qu'une indication approximative, mais il s'agit d'un instantané pratique que vous devez consulter chaque fois que vous utilisez SEMrush.
La dernière section de cette page est la catégorie Historique des annonces.



Cela montre à quel point les sites Web enchérissaient activement sur les mots clés. Si vous cliquez sur une barre, vous verrez plus d'informations sur les sites qui enchérissaient et combien ils enchérissaient.

Je recommande d'utiliser le graphique de l'historique des annonces pour compléter les connaissances que vous avez acquises de Google Trends.

SEMrush utilise des bases de données différentes de Google Trends, et il est toujours utile d'obtenir des données à partir d'un large éventail de sources différentes.

Apprendre à digérer la page de résultats SEMrush peut être un peu intimidant au début, donc si vous avez besoin d'aide, je vous suggère de consulter cette page à partir de la base de connaissances SEMrush.

De plus, plusieurs articles de la base de connaissances sont disponibles pour vous familiariser avec l'outil en un rien de temps.

Sites concurrents

Avant d'analyser vos concurrents, vous pouvez utiliser leurs sites pour obtenir encore plus d'informations sur les tendances des produits.

Vous l'avez probablement déjà deviné, mais il existe une approche ciblée de cette technique qui produit les meilleurs résultats.

Ayez à portée de main votre liste de produits potentiels de dropshipping.

Visitez plusieurs (7-10) sites de détaillants et jetez un œil à leurs meilleurs produits.

Habituellement, il y aura une liste déroulante sur la page du magasin qui vous permettra de trier les produits afin que les articles les plus vendus apparaissent en premier.

Cela réorganisera la page du produit afin que les articles les plus vendus soient répertoriés en premier.

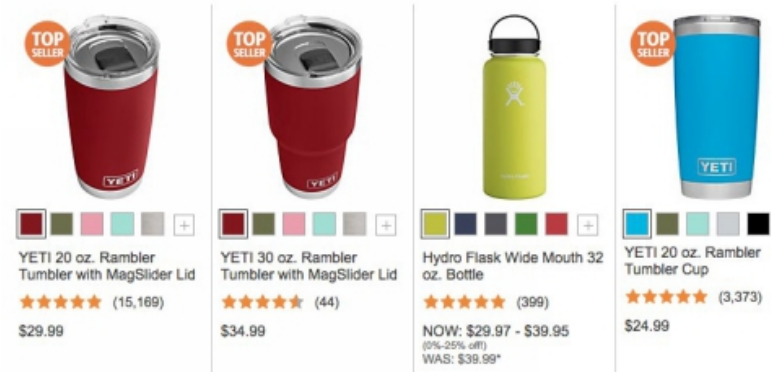
En d'autres termes, le best-seller absolu sera le premier résultat et ainsi de suite.

Gardez à l'esprit que le tri de cette façon vous montrera les produits les plus vendus de tous les temps.

Il ne vous montrera pas les articles les plus vendus au cours du dernier mois ou de la dernière année.

Ce n'est pas le moyen le plus utile de rechercher des produits, mais cela en vaut quand même la peine.

Vous pouvez également voir certains magasins mettre en avant des produits ou les marquer comme "meilleurs vendeurs".



Ce sont également des produits à surveiller et à enregistrer sur une liste. Cela signifie généralement que les produits ont actuellement une tendance et qu'ils changeront probablement au fil du temps.

C'est bon à retenir car si vous remarquez un certain produit qui reste dans la catégorie des meilleurs vendeurs, cela peut signifier que l'article se vend toujours bien.

Rassemblez ces données dans autant de magasins que possible et organisez le tout sur une feuille de calcul pour un accès facile. Je recommande d'utiliser des feuilles de calcul distinctes (ou au moins des catégories distinctes) pour tous les mots clés et les données que vous obtenez de chaque outil en ligne.

De cette façon, vous pouvez compiler en continu les données de chaque outil et les conserver séparément pour une référence facile.

Cela va conclure la section de recherche de mots clés de ce chapitre. Je vais maintenant vous montrer comment analyser vos concurrents afin de savoir ce que vous affrontez.

Juste avertissement - si vous n'êtes pas trop familier avec le référencement, vous devrez passer un peu de temps à apprendre certains concepts et termes de base, mais il est facile pour quiconque de tacle.

Analysez vos concurrents

Une fois que vous avez sélectionné des produits dropshipping, vous devrez cibler vos concurrents.

Cela sert un double objectif:

1. Il vous permet de localiser vos principaux concurrents, ce qui signifie que vous pouvez commencer à réfléchir à la façon dont vous pouvez obtenir des ventes à leur place.

2. Il vous donne une compréhension pratique des produits qui se vendent

le meilleur.

Obtenir beaucoup de mots clés est une bonne chose, mais évaluer votre concurrence est tout aussi nécessaire. Étant donné que vous êtes nouveau dans votre créneau, vous apprendrez beaucoup de vos concurrents et vous pourrez également analyser puis mettre en œuvre certaines de leurs techniques dans des domaines comme le marketing et le référencement.

Heureusement, vous pouvez facilement effectuer une analyse concurrentielle en utilisant un peu plus que Google.

En effet, les classements de Google indiquent plus ou moins la popularité des différents détaillants.

Plus un site est haut sur les SERP, plus il est puissant, de sorte que les détaillants avec des positions SERP élevées sont généralement des leaders dans leurs créneaux.

Parce que Google est configuré comme ceci, vous pouvez obtenir un niveau de surface

vue de vos concurrents en recherchant simplement un nom de produit

et voir quels détaillants se présentent.

Cela ne vous donnera pas de statistiques exactes, vous devez donc utiliser des outils supplémentaires pour obtenir

de vraies données juteuses.

Moz Open Site Explorer

Moz est l'un des plus grands noms du référencement, et son outil Open Site Explorer est l'un des meilleurs outils de référencement gratuits disponibles.

Souvent abrégé en OSE, il s'agit d'un outil d'analyse de lien qui vous donne une tonne d'informations sur un site Web.

Vous pouvez voir à quel point le site Web est populaire, combien de trafic il obtient et combien de backlinks il a.

(Vous pouvez même obtenir des détails sur la provenance de ces backlinks!) C'est sans précédent pour comprendre à quel point vos concurrents sont influents.

Pour profiter pleinement de tout ce que l'OSE a à offrir, vous devez d'abord

pour comprendre quelques termes et concepts. Vous n'avez pas besoin d'être

SEO qualifié pour bien comprendre cela, alors ne vous inquiétez pas si vous ne le faites pas

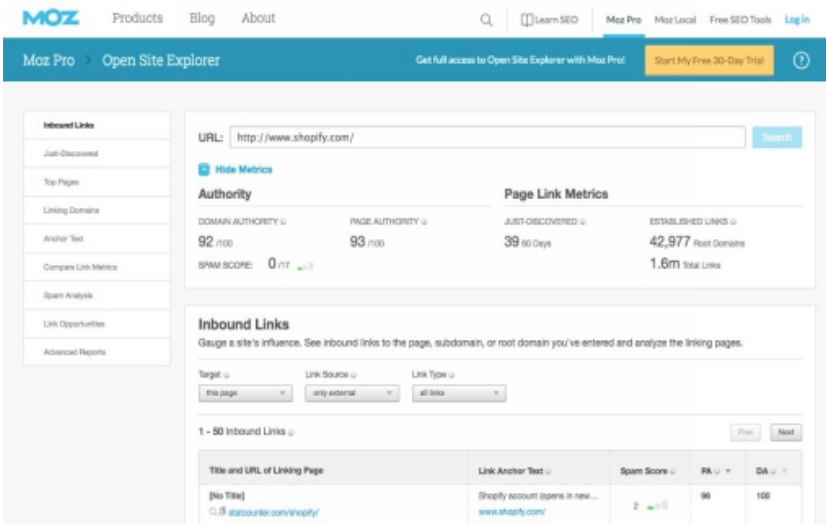
ont beaucoup d'expérience.

Les principaux concepts sont l'autorité de domaine, l'autorité de page et la structure des liens.

La meilleure façon de vous montrer ce que c'est, c'est de les voir en action.

Tout d'abord, accédez à https://moz.com/researchtools/ose. Saisissez une URL dans la barre de recherche au milieu de la page et cliquez sur «Rechercher».

Vous verrez une page de résultats qui ressemble à ceci :



Pour commencer, regardez uniquement la catégorie intitulée Autorité.

Il existe trois mesures importantes ici: autorité de domaine, autorité de page et score de spam.

L'Autorité de Domaine (DA) est une métrique que Moz a développée pour montrer comment un domaine se classera dans les moteurs de recherche.

100 est le meilleur score DA possible.

Fondamentalement, plus le score DA d'un site est élevé, plus il est probable qu'un site se classe bien.

Si votre site a un DA de 90, vous pouvez généralement vous attendre à un classement à la page 1. En revanche, si votre site a un DA de 25, il ne se classera probablement pas trop bien.

DA est le meilleur moyen de prendre en compte l'impact général

d'un site. Un DA élevé signifie que le site reçoit un trafic important vers sa page d'accueil et la plupart de ses autres pages.

C'est pourquoi les sites avec un DA plus élevé

les scores seront généralement vos meilleurs concurrents.

Gardez à l'esprit que DA n'est pas le dernier mot sur le classement d'un site. C'est simplement une référence.

Vous n'avez également pas besoin d'un DA élevé pour vous classer à la page 1 des SERPs.

Certaines pages peuvent être mieux classées que le site global auquel elles appartiennent, ce qui m'amène à la

métrique suivante…

L'autorité de page (PA) est presque identique à l'autorité de domaine, sauf qu'elle analyse la force de classement des pages individuelles. Cela vous permet de prédire dans quelle mesure certaines pages de votre site (ou des sites de vos concurrents) se classeront.

PA est utile pour comprendre l'impact d'une certaine page de produit.

Lorsque vous saisissez une URL spécifique, vous souhaiterez consulter le score PA pour voir la puissance de cette page.

Il est bon de vérifier les scores PA des pages de produits les plus vendus et de les comparer au DA global du site.

Si les deux sont élevés, cela signifie que le site reçoit beaucoup de trafic et se vend probablement beaucoup.

Si la PA est élevée mais la DA est faible, le site ne reçoit pas beaucoup de trafic, mais vend probablement certains articles plus que d'autres.

Enfin, Spam Score vérifie que le site est légitime.

Moz peut savoir quand un site est configuré à des fins de spam, et c'est là que ce signal entre en jeu.

0 est l'endroit où vous voulez être.

Pour tout récapituler jusqu'à présent: les scores DA et PA élevés sont bons,

alors qu'un faible score de spam est idéal. Ensemble, ces trois mesures

vous donner une idée de la qualité d'un site.

Passons maintenant à la section intitulée Métriques de lien de page.

La section Tout juste découvert peut indiquer la popularité d'un site ou d'une page au cours des 60 derniers jours.

Si vous voyez un nombre élevé ici, cela signifie que le site a gagné beaucoup de backlinks au cours des deux derniers mois.
La section Liens établis est encore plus précieuse.

Il vous indique le nombre de domaines racine et le nombre total de liens.
Le nombre de domaines racine vous indique le nombre de domaines uniques liés au site, tandis que le nombre total de liens inclut tous les liens, pas seulement les domaines racine. Donc, si fakewebsite.com est lié à votre site deux fois, cela comptera comme un domaine racine et deux liens totaux (car c'est le même domaine qui se connecte plusieurs fois).

Un site avec un nombre élevé de domaines racine se classera généralement très bien pour plusieurs termes.

Il s'agit généralement de la métrique la plus importante des deux. Pourquoi? Parce que Google préfère les sites avec beaucoup de domaines racine uniques et les classera plus haut que les sites avec moins de liens de domaine racine.

Cela dit, le nombre de liens totaux peut également aider à évaluer l'impact d'un site, car un nombre élevé de liens totaux signifie que le site a probablement obtenu plusieurs liens des mêmes sites. Ce nombre reflète également la portée et l'influence totales du site.

En bas, vous pouvez voir les liens entrants spécifiques (c'est-à-dire les liens pointant vers le site ou la page spécifique).

Vous pouvez également filtrer les résultats au cas où vous souhaiteriez voir des types de liens spécifiques, ce qui peut être utile.

Il y a plusieurs raisons pour lesquelles vous voudrez peut-être savoir qui est lié à vos concurrents.

Tout d'abord, il vous montre de quels sites vous pouvez obtenir des backlinks.

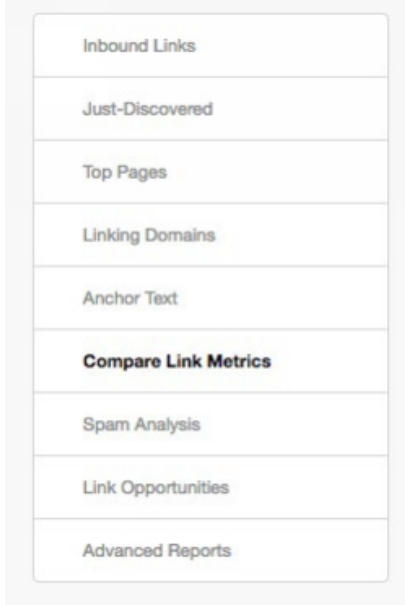
Peut-être trouverez-vous des sites proposant des produits dropshipping ou utilisant des programmes d'affiliation pour vous connecter avec les détaillants.

Plus tard, lorsque vous construisez votre propre stratégie de référencement, cette information est agréable à avoir.

Deuxièmement, vous pouvez vérifier personnellement la crédibilité et la qualité de chaque backlink.
Par exemple, un site peut obtenir une tonne de liens, mais ils peuvent tous provenir de sites louches.
D'un autre côté, si des sites populaires établissent des liens, vous voudrez faire attention au concurrent que vous recherchez.

Il y a un autre élément à noter sur cette page: l'option Compare Link Metrics.

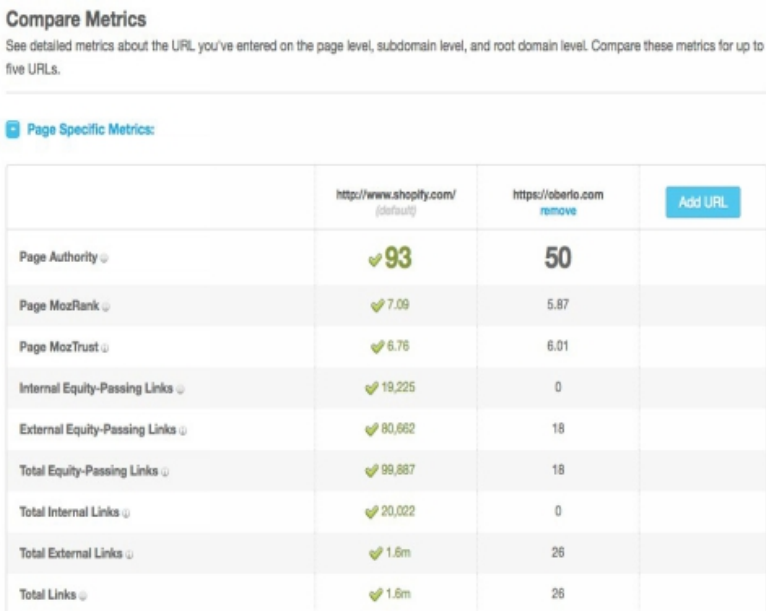
Cela se trouve dans le menu sur le côté gauche:



Cette fonctionnalité vous permet de comparer plusieurs sites et de voir comment leurs mesures se cumulent.

Pour l'analyse concurrentielle, il s'agit d'une mine d'or. Vous pouvez opposer votre site directement à celui de vos concurrents ou même comparer plusieurs concurrents les uns aux autres.

Cliquez simplement sur "Ajouter une URL", saisissez l'adresse et vous obtiendrez un graphique soigné avec toutes les statistiques importantes répertoriées.


Compare Metrics
See detailed metrics about the URL you've entered on the page level, subdomain level, and root domain level. Compare these metrics for up to five URLs.
Page Specific Metrics:
http://www.shopify.com/ (default)
https://oberlo.com remove
Add URL
Page Authority 93 50
Page MozRank 7.09 5.87
Page MozTrust 6.76 6.01
Internal Equity-Passing Links 19,225 0
External Equity-Passing Links 80,662 18
Total Equity-Passing Links 99,887 18
Total Internal Links 20,022 0
Total External Links 1.6m 26
Total Links 1.6m 26

N'oubliez pas cette fonctionnalité.

C'est l'un de mes favoris pour comparer les concurrents et voir comment fonctionne mon site. Dans l'ensemble, OSE est une ressource exceptionnelle, et elle deviendra rapidement une partie de votre routine professionnelle quotidienne.

PageRank Checkers

PageRank (PR) est un algorithme que Google utilise pour classer les pages sur les pages de résultats des moteurs de recherche (ou SERP).

Bien que PR soit l'un des nombreux signaux de classement, il fournit un bon indicateur de la puissance de classement. Il est similaire à DA, sauf que PR est la métrique utilisée par Google.

Certains SEO soutiennent que c'est plus important car cela vient directement de Google.

Le PR est noté sur une échelle de 1 à 10, 10 étant le plus élevé,

signifiant un site de très haut rang. La plupart des sites ont un PR de 1 à 4, et cela peut prendre un certain temps pour obtenir un nouveau site dans la partie supérieure de l'échelle.

Les relations publiques peuvent être une mesure mystérieuse, car Google ne met plus les scores à la disposition du public.

Cependant, il s'agit toujours d'une pièce importante du casse-tête de classement, car Google utilise la statistique et continuera de le faire et n'a pas l'intention de changer cela.

Vous pouvez utiliser des sites comme CheckPageRank.net pour voir comment évolue votre site. Ces sites tiers ne seront pas nécessairement précis à 100%, je suggère donc d'utiliser les scores PR en tandem avec les métriques Moz pour obtenir une vue globale du classement des sites.

Comme DA, PR n'est pas un score concluant. C'est une autre référence utile à avoir.

Envelopper: 3 étapes pour sélectionner des produits dropshipping

J'ai parcouru une tonne de matériel dans ce chapitre, et il peut être intimidant d'avoir tant de choses à aborder.

Pour vous faciliter la tâche, j'ai tout condensé en un processus en 3 étapes qui vous aidera à trouver les meilleurs produits dropshipping pour votre magasin.

Vous voudrez bien sûr faire référence aux instructions détaillées ci-dessus.

Au fil du temps, à mesure que vous répéterez ce processus, il deviendra une seconde nature.

ÉTAPE 1 : Sondez tous les produits de votre créneau.

Tout d'abord, vous voulez jeter un regard à grande échelle sur votre créneau. Quelles catégories de produits dropshipping trouvez-vous? Quels produits spécifiques sont vendus? Qu'est-ce que cela signifie pour vous (c.-à-d. Quels produits pourriez-vous offrir sur la base de cette recherche)?

Utilisez des outils tels que Google Keyword Planner, Google Trends et SEMrush pour voir les performances de divers produits. Enregistrez toutes ces données dans une feuille de calcul.

Je suggère de conserver des feuilles de calcul distinctes pour chaque outil de mots clés que vous utilisez pour vous assurer que toutes vos données sont organisées.

Ne vous inquiétez pas pour l'instant de consulter des détaillants spécifiques au cours de cette étape. Vous n'avez même pas à déterminer si les détaillants que vous visitez sont des produits dropshipping ou non.

Cette étape est destinée à vous donner un aperçu de tous les différents produits qui sont vendus dans la niche.

Une fois que vous avez rassemblé des idées de mots clés et de produits dropshipping, vous êtes prêt pour l'étape 2.

ÉTAPE 2 : Renvoyez les produits que vous avez trouvés avec le meilleur

vendre des produits de détaillants.

Il est maintenant temps de regarder de plus près les détaillants dans votre créneau. L'objectif est de savoir quels produits sont populaires et lesquels sont en hausse.

C'est à ce moment que vous devez effectuer une analyse concurrentielle en utilisant des outils tels que Moz Open Site Explorer et les vérificateurs de PageRank.

Vous souhaiterez une feuille de calcul distincte pour cette étape afin de compiler les données des outils OSE et PageRank.

Si vous le souhaitez, vous pouvez examiner de plus près votre plus grande concurrence et comparer vos données produit à l'étape 1.

Cela peut vous aider à confirmer quels produits se vendent bien (et donc quels produits vous voudrez peut-être vendre).

Ne passez pas encore vos commandes! Vous n'avez toujours pas trouvé les meilleurs produits dropshipping pour votre magasin.

Il reste encore un pas…

ÉTAPE 3 : Assurez-vous que les produits répondent à un besoin.

C'est l'étape que la plupart des dropshippers ignorent.

Ils identifient les produits les plus vendus et lancent des listes sur un site.

C'était peut-être même votre premier instinct. Cependant, il existe de nombreux problèmes avec les produits dropshipping qui se

vendent bien. Un produit le plus vendu n'est pas toujours celui dont les gens ont le plus besoin, mais vous voulez évidemment des produits qui volent des étagères. Comment équilibrez-vous ces éléments?

Si vous souhaitez vendre des produits en ligne, il est important de vous assurer que votre public a besoin de chaque produit que vous proposez.

Si vous vendez des produits dropshipping dont les gens ont besoin, ces produits se vendront.

C'est presque garanti. Mais si vous proposez des produits avec un

histoire de bien vendre, il n'y a aucune garantie que ces produits feront de même pour vous. C’est pourquoi vous devriez commencer par considérer les besoins des consommateurs.

Comment vous assurez-vous que les gens ont besoin d'un certain produit? Jetez un œil à ce qu'ils disent.

Visitez des sites Web, des groupes, des forums, des pages de médias sociaux et d'autres canaux pour voir combien de conversations se déroulent pour un produit donné.

Vous voulez que les gens discutent positivement du produit.

De bonnes critiques et des questions sur les produits sont de bons signes. Si vous pouvez trouver une communauté autour du produit (ou type de produit), c'est encore mieux.

Le produit en question devrait aider les gens à faire quelque chose de spécifique.

En cas d’absence de discussion (ou de discussion négative) sur un produit, des recherches supplémentaires peuvent s’avérer nécessaires.

Une absence totale de buzz autour d'un produit signifie que vous devriez réfléchir à deux fois avant de l'offrir.

Plus souvent qu'autrement, il sera assez facile de dire si un produit répond à un besoin.

Voici un bon test - essayez d'énoncer les avantages du produit en une seule phrase.

Voici quelques exemples:

- "Ce thermostat intelligent vous aidera à contrôler la température de votre maison directement depuis votre téléphone."
- "Cette tasse gardera votre boisson plus chaude plus longtemps."
- "Cette chaise réduira les maux de dos et vous rendra confortable."

N'insistez pas sur cette étape. Vous n'avez pas besoin d'écrire une copie d'annonce pour le produit.

Vous voulez juste comprendre ce que fait un produit et comment il aide vos clients.

Si vous ne pouvez pas résumer les avantages du produit en une seule phrase, cela pourrait être problématique.

La majorité des produits utiles et précieux sont faciles à décrire et leur valeur est facile à comprendre. Et si vous pouvez voir la valeur d'un produit, vos clients le verront certainement.

La sélection des produits est en cours

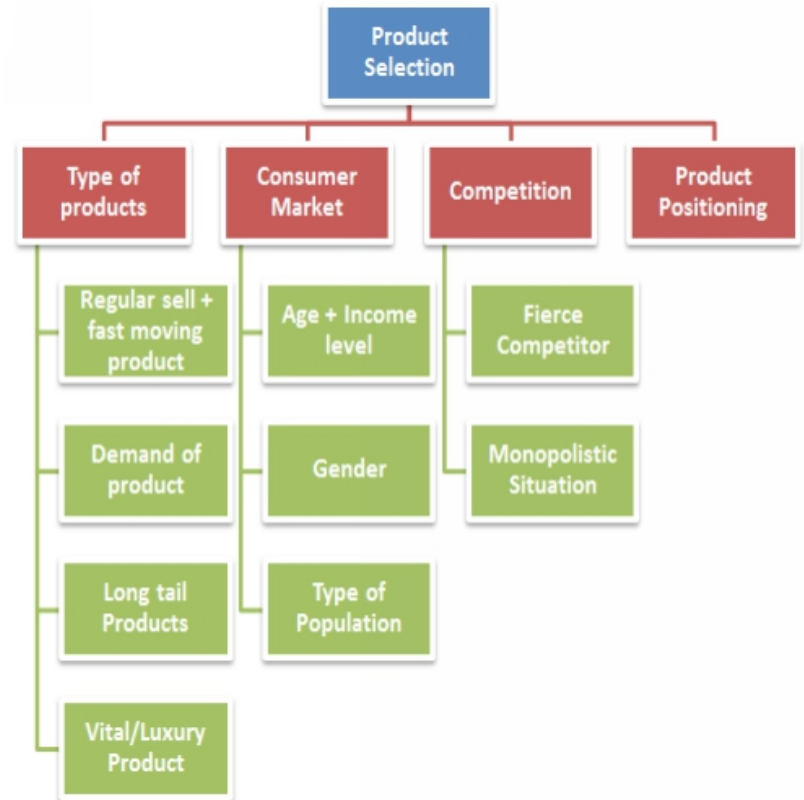
Maintenant, vous aurez une liste d'excellents produits dropshipping (et les données pour les sauvegarder).

Vous devez également comprendre pourquoi ces produits sont précieux et quelle valeur spécifique ils offrent aux clients de votre créneau. Ne pensez pas encore au sourcing de produits.

Je vais en parler un peu plus loin dans ce guide.

Si vous rencontrez des problèmes, recommencez les étapes et essayez d'adopter une approche plus ciblée.

Envisagez de rechercher des idées de produits ou des mots clés plus spécifiques, ou élargissez peut-être la portée de votre analyse concurrentielle en trouvant plus de détaillants à rechercher.



Les compétences décrites dans ce chapitre sont des compétences que j'utilise tous les jours, et

ils sont incroyablement utiles pour tout dropshipper. Je veux surtout

vous encourage à vous familiariser avec les différents outils en ligne.

Connaître toutes les petites fonctionnalités d'outils comme Keyword Planner et Moz OSE peut vraiment faire passer votre boutique dropshipping au niveau supérieur.

N'oubliez pas que la sélection des produits est un processus continu.

Ce ne sera pas la dernière fois que vous mesurerez la demande de produits et la concurrence. Si de nouveaux produits dropshipping apparaissent et que les gens commencent à les acheter, vous voudrez évidemment envisager de transporter ces produits.

C’est une bonne idée de réserver du temps chaque mois pour effectuer des recherches sur les produits.

De nombreux marchands dropshipping expérimentés effectuent des recherches sur les produits toutes les deux semaines ou même chaque semaine pour garder le doigt sur le pouls du marché.

Vous avez fait beaucoup de choses jusqu'à présent! À ce stade, vous avez tous les atouts d'une grande entreprise.

Vous avez fait vos recherches, choisi un créneau et choisi des produits. Une bonne partie du travail de grognement est terminée, alors donnez-vous une tape dans le dos pour tout ce que vous avez accompli jusqu'à présent.

La seule chose qui vous empêche de démarrer, c'est de créer votre entreprise!

Vous devrez prendre des mesures importantes avant de partir à la recherche de fournisseurs et d’acheter vos produits.

Le chapitre 5 vous présentera des concepts essentiels qui visent à officialiser votre entreprise afin que vous puissiez commencer à commercialiser des produits dropshipping et à tirer profit de votre travail.

Choisir une plateforme de vente

Il est enfin temps de se lancer dans les bonnes choses: faire des ventes. Si vous êtes arrivé jusqu'ici,

vous avez éliminé une grande partie des tâches administratives et vous êtes prêt à

commencez à construire votre magasin actuel.

Plus tôt, j'ai mentionné que nous couvririons différents canaux de vente. C’est un sujet tellement profond que j’y ai consacré un chapitre entier.

Un canal de vente est une plateforme que vous utilisez pour vendre des produits.

Cela peut être

une boutique Shopify, votre propre site de dropshipping ou un

compte vendeur sur un site de produit comme eBay.

Le canal de vente est un autre élément fondamental d'une entreprise de dropshipping.

La plateforme que vous utilisez pour vendre déterminera comment vous vendez. Vous serez soumis à la flexibilité (ou au manque de flexibilité) de votre chaîne, et l'audience que vous atteignez (et comment vous les atteignez) sera extrêmement dépendante de la plate-forme de vente que vous choisissez.

Comme vous pouvez le deviner, il existe de nombreuses options. C'est surtout une bonne chose, mais cela peut vous laisser perplexe quant à ce que vous devez choisir.

Chaque canal de vente a ses avantages et ses inconvénients, et vous devez les évaluer attentivement avant de prendre une décision.

Vous pouvez utiliser plusieurs canaux de vente si vous le souhaitez, mais vous devrez jongler avec les différentes tâches et responsabilités. Dans la plupart des situations, ce n'est pas trop difficile, mais vous voudrez peut-être commencer avec un seul canal de vente, puis commencer à en utiliser d'autres.

Il existe trois plates-formes de vente populaires: eBay, Amazon et les vitrines en ligne personnalisées (généralement à l'aide de logiciels de commerce électronique ou de plugins).

Aucune de ces plates-formes n'est intrinsèquement meilleure ou pire que les autres, vous devrez donc passer un peu de temps à vous familiariser avec chacune.

Vous constaterez probablement qu'une option vous convient le mieux.

Dropshipping sur Amazon

Lorsqu'il s'agit de choisir un site Web de dropshipping, Amazon semble être un choix facile.

C'est l'un des plus grands marchés en ligne au monde et c'est un hotspot pour les dropshippers.

De nombreux produits que vous voyez répertoriés sur Amazon sont en fait vendus par des marchands tiers.

Mais Amazon est-il vraiment bon pour les dropshippers?

Il ne fait aucun doute qu'Amazon présente de nombreux avantages, mais c'est

non sans ses propres problèmes.

À certains égards, c'est pratique, et à d'autres égards, cela peut être vraiment préjudiciable aux dropshippers.

Voici quelques avantages et inconvénients que vous devez savoir si vous êtes

envisager d'utiliser Amazon comme première plateforme de dropshipping.

Avantages du dropshipping sur Amazon

Il expose vos produits à un public énorme. En répertoriant vos produits sur Amazon, vous vous retrouverez instantanément devant des millions et des millions de personnes. C'est le genre d'attention

que vous devrez consacrer des années à réaliser par vous-même.

Et comme de nombreux acheteurs Amazon achètent auprès de marchands tiers, vous avez presque la garantie d'une quantité colossale de trafic gratuit, peu importe ce que vous vendez.

C'est digne de confiance. Ces jours-ci, les gens traitent Amazon comme un magasin à grande surface local.

Le shopping sur Amazon est devenu une affaire décontractée, et c'est souvent là que les gens vont acheter un certain nombre de produits.

Cela signifie que vos clients peuvent déjà parcourir régulièrement Amazon pour acheter les articles dont ils ont besoin.

Vous avez accès à Fulfillment by Amazon (FBA).

Avec FBA, les détaillants expédient les produits à Amazon, qui expédie ensuite les commandes.

Si vous avez vos propres produits à vendre, FBA peut vous donner une source de revenus supplémentaire.

Ce n'est pas un énorme avantage, mais c'est agréable à avoir.

Inconvénients du dropshipping sur Amazon

Les frais d'inscription sont substantiels.

Comme eBay, Amazon impose des frais d'inscription élevés qui se situent généralement entre 10 et 15%. Et cela s'ajoute aux frais de base mensuels de 39,99$.

Si vos marges sont déjà faibles, cela réduira considérablement vos bénéfices, mais c'est le coût que vous devrez payer si vous voulez cette exposition potentielle à des millions d'acheteurs.

La compétition est folle. La popularité d'Amazon est une épée à double tranchant.

D'une part, cela signifie que beaucoup de gens verront (et, espérons-le, achèteront) vos produits.

D'un autre côté, cela signifie qu'il y a beaucoup de concurrence. Cela n'aide pas beaucoup de vendeurs Amazon tiers d'automatiser leurs listes pour ajuster en permanence leurs prix afin qu'ils soient

les plus bas.

Cela crée des guerres de prix, ce qui est une mauvaise nouvelle pour les dropshippers. Dépasser constamment vos concurrents n'est pas un moyen de rester en affaires, c'est donc un vrai problème pour les dropshippers.

La situation de paiement n'est pas idéale pour tout le monde.

Il y a deux gros problèmes avec la façon dont Amazon traite les paiements.

Tout d'abord, il n'accepte pas PayPal.

C'est évidemment un énorme problème, car PayPal est la façon dont des millions de personnes préfèrent payer.

Deuxièmement, les vendeurs ne sont payés que toutes les deux semaines, ce qui n'est pas idéal pour de nombreux entrepreneurs.

Dropshipping sur eBay

Pour le dire légèrement, eBay est une énorme plate-forme de vente.

De nombreuses personnes font confiance à eBay et des millions de personnes l'utilisent pour faire du shopping et acheter des produits. Il est similaire à Amazon à bien des égards, et les deux sites partagent bon nombre des mêmes avantages.

Cependant, comme eBay est un site d'enchères, c'est un peu différent des deux autres options.

Il peut être précieux pour les dropshippers

au début, mais cela a un prix - littéralement.

Avantages du dropshipping sur eBay

C'est énorme. L'une des fonctionnalités les plus attrayantes d'eBay est sa taille. Le dropshipping sur eBay vous donnera un accès

instantané à des millions de clients qui ont sorti leur portefeuille, prêts à acheter. Cela signifie que vous pouvez faire moins de marketing et travailler davantage à tirer parti de la plate-forme elle-même.

C'est facile.

Dropshipping sur eBay est facile à configurer. Vous pouvez facilement tout gérer vous-même sans avoir besoin d'assistants ou de membres de l'équipe.

Si cela ne suffisait pas, eBay facilite le traitement des paiements et les finances.

C'est digne de confiance.

Les clients font confiance à eBay en raison de ses politiques de protection des vendeurs, qui peuvent bénéficier aux nouveaux dropshippers. De nombreux acheteurs achèteront auprès de nouveaux vendeurs, car ils savent qu'ils sont couverts en cas de problème. Cela vous permet d'attirer facilement des clients et de vous bâtir une réputation positive.

Inconvénients du dropshipping sur eBay

Les frais peuvent s'additionner. eBay est connu pour ses frais élevés - le géant du commerce électronique prend jusqu'à 10% d'une vente (et dans de rares cas, encore plus).

Ces frais sont en quelque sorte un mal nécessaire et un compromis pour vendre sur une si grande plate-forme, mais cela dissuade certains entrepreneurs de choisir eBay comme dropshipping

Plate-forme.

Son style d'enchères n'est pas toujours idéal pour le dropshipping. Avec un modèle commercial dropshipping, vous répertoriez un produit et maintenez cette liste indéfiniment.

eBay ne fonctionne pas ainsi, car il s'agit d'une plate-forme d'enchères, ce qui signifie qu'il existe un délai pour toutes les annonces.

Vous devrez réinscrire vos articles une fois les annonces expirées. Cela peut prendre du temps et vous faire reporter des choses plus importantes.

C'est limitant.

Avec eBay, vos mains sont liées.

Il y a beaucoup de choses que vous ne pouvez pas faire, comme créer une liste de diffusion ou concevoir votre propre vitrine.

Vous devez jouer selon les règles d'eBay et vous êtes plus ou moins coincé sur eBay.

Cela signifie que vous n'obtiendrez pas beaucoup de clients réguliers, que vous ne pourrez pas vraiment créer une audience et que vous ne pourrez pas vous démarquer.

Il suffit de dire que cela peut devenir frustrant. Il peut également vous être plus difficile de vous démarquer, car pratiquement tous les magasins eBay se ressemblent exactement.

Dropshipping sur votre propre site Web

Bien qu'il ne vous donne pas la possibilité de mettre votre inventaire devant des millions de clients, un site Web de dropshipping peut vous offrir des avantages que vous n'obtiendrez pas autrement.
Vous aurez beaucoup de liberté, mais vous devrez en faire compromis.

La configuration d'un site Web de dropshipping à partir de zéro peut sembler écrasante, surtout si vous n'avez aucune expérience préalable, mais c'est étonnamment facile grâce à un logiciel de commerce électronique comme Shopify.

Vous pouvez facilement créer un site et intégrer un plugin de commerce électronique pour rendre votre boutique, aucune expérience nécessaire.

Est-ce le bon choix pour vous? Voici quelques points à considérer.

Avantages de la création de votre propre site Web de dropshipping
Vous avez un contrôle total. Vous pouvez décider de tout ce qui compose votre magasin, de l'emplacement de votre logo au format de vos pages.

Plus important encore, vous pouvez communiquer votre valeur à vos lecteurs, ce qui peut vous donner un sérieux avantage sur vos concurrents.

Vous n'avez pas à payer de frais scandaleux.

Sans un tiers pour faire une coupe, vous pouvez considérablement augmenter vos marges bénéficiaires.

Ces 10 à 15% de frais d'inscription qu'Amazon et eBay facturent? Oubliez-les. Vous n'avez plus qu'à vous soucier des frais du processeur de paiement et du coût des produits réels.

Il est plus facile pour les clients d'acheter sur mobile. Avez-vous déjà essayé d'utiliser votre appareil mobile pour acheter quelque chose sur une plateforme de vente comme Amazon ou eBay? Ce

n’est pas toujours agréable.

Avec votre propre site Web de dropshipping, vous pouvez facilement rendre votre site réactif et adapté aux mobiles pour vos clients.

Mieux encore, si vous utilisez une plate-forme comme Shopify, vous pouvez gérer l'ensemble de votre entreprise à partir de votre appareil mobile, afin de garder un œil sur les choses même lorsque vous êtes en déplacement.

Vous pouvez vous démarquer.

Toutes les pages Amazon se ressemblent, tout comme toutes les pages eBay se ressemblent.

Avoir votre propre site Web de dropshipping vous permet de mettre en œuvre votre image de marque et de faire une impression durable sur votre public.

Cela peut faire une grande différence, et cela vous aidera à construire votre marque et à attirer un public fidèle de clients fidèles.

Inconvénients de créer votre propre site Web de dropshipping

Vous n'avez pas accès à un large public.

Avoir son propre site signifie créer une audience à partir de zéro.

Vous devrez consacrer plus de temps, d'argent et d'efforts au marketing, à la génération de trafic et à la diffusion.

Le décollage peut prendre beaucoup de temps. Vous ne ferez pas de ventes immédiatement comme vous le feriez sur Amazon ou eBay.

Cela va prendre du temps pour attirer des clients et réaliser des ventes constantes.

Comment choisir une plateforme de vente

Donc, vous vous demandez peut-être: "Quelle plateforme dropshipping me convient le mieux?" Je ne peux pas décider pour vous, mais je peux vous aider.

Pour choisir la meilleure plateforme pour votre entreprise, vous devrez poser quelques questions et évaluer vos priorités.

Tout d'abord, pensez à ce qui est le plus important pour vous: des marges bénéficiaires plus élevées ou une plus grande exposition à un public.

Si vous souhaitez gagner le plus d'argent, vous devriez probablement envisager de créer votre propre site Web de dropshipping.

Cette stratégie prendra plus de temps, mais vous vous retrouverez avec plus d'argent dans votre poche et vous pourrez vous constituer une clientèle.

Si vous souhaitez plus que votre produit soit présenté à de nombreuses personnes, Amazon ou eBay peuvent vous convenir.

Cela réduira vos marges, mais vous obtiendrez des ventes plus rapidement.

Deuxièmement, pensez à vos objectifs à long terme.

Comment voulez-vous vendre votre produit dans un an? Et dans cinq ans?

En d'autres termes, quel contrôle souhaitez-vous sur la vente de vos produits? Votre propre site Web de dropshipping vous donnera le plus de contrôle, tandis que des plateformes comme Amazon ou eBay vous limiteront de plusieurs façons.

Lorsqu'il s'agit de contrôler la marque, les ventes et à peu près tout le reste, un site Web de votre choix est difficile à battre.

Enfin - et c'est le facteur le plus important - réfléchissez à la manière

vous apporterez de la valeur à vos clients.
Plus précisément, pensez sur quelle plateforme vous permettra de fournir le plus de valeur.

J'ai discuté précédemment de différentes façons de fournir de la valeur, et vous pourriez avoir quelques idées à l'esprit.

Quelle (s) plateforme (s) de vente facilitera le mieux ces idées?

Personnellement, j'ai eu la meilleure expérience avec un dropshipping personnalisé

site Web associé à un logiciel de commerce électronique comme Shopify.

Ça te donne

une tonne de contrôle, facilite la vente et augmente vos profits marges.

Cela vous donne également plus d'occasions de vous démarquer,

fidéliser les clients et commercialiser votre magasin.

Bien que vous puissiez passer à une autre plate-forme dropshipping assez facilement, il y a une chose à garder à l'esprit. Si vous commencez sur Amazon ou eBay et que vous souhaitez passer à un site Web de dropshipping de votre choix, vous n'aurez aucun moyen de déplacer votre base de clients vers votre propre site.

Vos commentaires positifs et expériences client seront limités à cette plateforme.

Quelle que soit la plateforme sur laquelle vous optez, vous devrez penser à l'image de marque et au marketing numérique.

Vous pouvez avoir les meilleurs produits et toujours en deçà si vous n'avez pas de marque mémorable.

La bonne nouvelle est qu'avec un peu de savoir-faire, vous pouvez créer une marque étonnante qui aidera votre entreprise à se démarquer de la concurrence.

trouver et traiter avec des fournisseurs

Jusqu'ici, le chemin a été long, mais il est enfin temps de commencer à parler des fournisseurs.

Maintenant que vous avez bâti votre entreprise et que vous comprenez votre place sur le marché, vous pouvez travailler à établir des relations avec les fournisseurs pour obtenir les produits réels à vendre.

Dans ce chapitre, je vais vous expliquer comment trouver et contacter des fournisseurs.

Je vais également passer en revue certains pièges courants que les premiers dropshippers font souvent lorsqu'ils recherchent des fournisseurs avec lesquels travailler.

Trouver des fournisseurs

Trouver les bons fournisseurs demande de la prudence, il est donc essentiel de

utilisez les bonnes stratégies.

Avec un peu de travail, vous pourrez séparer le bon du mauvais et trouver des grossistes fiables avec qui faire affaire.

Certaines de ces stratégies sont plus efficaces que d'autres. Je vais donc commencer par celle qui a fonctionné le mieux pour moi, puis descendre la liste.

Contacter le fabricant du produit

C'est de loin la méthode la plus simple et la plus efficace pour trouver des grossistes.

Une fois que vous savez quels produits vous souhaitez vendre, découvrez qui fabrique ces produits et contactez-les.

Demandez-leur leur liste de distributeurs en gros. Cela vous donne une liste officielle du fabricant lui-même, vous savez donc que vous travaillerez avec des entreprises dynamiques.

Cette stratégie est rapide et ne prend que quelques appels. En appelant

différents fabricants dans votre créneau, vous pourriez trouver le même

les grossistes reviennent encore et encore.

Cela vous permet de savoir qui sont les principaux grossistes, et vous n'avez pratiquement aucun travail à faire pour le savoir.

Utilisez Oberlo.com

Si vous voulez pouvoir trouver facilement et même basculer entre différents fournisseurs, jetez un œil à Oberlo.

Oberlo s'intègre parfaitement à Shopify et facilite la gestion des fournisseurs.

De plus, vous aurez accès à plusieurs autres fonctionnalités pratiques.

Vous pouvez importer des produits directement auprès des fournisseurs, exécuter automatiquement les commandes, automatiser vos prix, etc.

Voici une liste complète des fonctionnalités d'Oberlo.

Utilisez les répertoires des fournisseurs

J'ai mentionné plus tôt les répertoires des fournisseurs à propos des frais. Aucun fournisseur ne facturera de frais mensuels, mais un répertoire de fournisseurs pourrait le faire.
Les répertoires des fournisseurs répertorient les grossistes dans toutes sortes de niches.

Les répertoires présentent deux avantages principaux: la sécurité et la commodité.

Les répertoires sont sécurisés car ils filtrent souvent les grossistes avant de les répertorier, et ils sont pratiques car vous pouvez rechercher des grossistes par créneau ou type de produit.

Cela peut vous faire gagner beaucoup de temps lorsque vous recherchez des fournisseurs.

Les répertoires de fournisseurs ne sont en aucun cas nécessaires.

Ils vous facilitent la tâche si vous avez de l'argent à dépenser pour eux, mais vous pouvez trouver tous les grossistes légitimes dont vous avez besoin sans jamais toucher à un répertoire.

Dans l'ensemble, les répertoires sont parfaits pour certains dropshippers, mais pas pour tout le monde.

Si vous voulez gagner du temps et ne vous gênez pas de payer le prix d'entrée, voici quelques-uns des répertoires les plus fiables et les plus connus. Je n'approuve ni ne fais de publicité pour aucun de ces éléments.

Je veux juste que vous sachiez quelles sont vos options.

Marques mondiales - Il s'agit de l'un des répertoires de fournisseurs les plus anciens et les plus fiables.

Créée en 1999, Worldwide Brands possède une énorme base de données de milliers de grossistes certifiés.

Ces grossistes sont tous de haut niveau, ce qui signifie qu'ils ne sont pas des intermédiaires (c'est-à-dire les détaillants qui prétendent

être des grossistes).

Si cela ne suffit pas, vous pouvez également parcourir plus de 10 millions de produits.

Le coût est de 299 $ pour une adhésion à vie, ce qui est beaucoup par rapport à de nombreux répertoires.

Si vous envisagez de vous appuyer fortement sur un annuaire et que vous voulez l'un des meilleurs, Worldwide Brands vaut vraiment le détour.

Wholesale Central
Wholesale Central est entièrement gratuit.

Cela peut sembler être un signe d'avertissement au premier abord, et il est vrai que ce répertoire a des problèmes. Même si Wholesale Central facture des frais d'inscription aux fournisseurs, toutes les annonces ne sont pas authentiques.

D'une part, la plupart des «grossistes semblent être des détaillants vendant à des prix« de gros ».

Wholesale Central prétend également filtrer ses candidats, mais ils ne précisent pas à quoi ressemble ce processus, il est donc très possible que certains fournisseurs illégitimes passent à travers les mailles du filet. Conclusion - n'hésitez pas à le parcourir, mais soyez prudent et faites beaucoup de recherches avant de tendre la main.

Comment repérer les faux grossistes

Maintenant que vous savez comment trouver des fournisseurs, je vais vous montrer comment identifier de faux fournisseurs dropshipping.

C'est vrai - il y a des contrefaçons. Certains magasins de détail se présentent comme des fournisseurs en gros afin de pouvoir vendre plus, mais ils marquent les prix comme des fous.

Vous souhaitez travailler avec de véritables grossistes qui achètent directement auprès du fabricant et vous proposer des tarifs bien meilleurs.

Si vous allez chercher des grossistes, il peut être difficile de savoir lesquels sont faux. En fait, cela pourrait être presque impossible.

C'est parce que les faux semblent souvent plus crédibles.

Malheureusement, les grossistes légitimes ont tendance à être moins avertis en marketing, il est donc souvent plus difficile de les trouver.

Les faux fournisseurs, en revanche, excellent souvent dans le marketing, ils apparaissent donc souvent lorsque vous effectuez une recherche.

Il y a quelques signes révélateurs qui révèlent de faux grossistes dropshipping:

Ils vendent des produits au grand public. De nombreux détaillants se faisant passer pour des grossistes vendront au public, annonçant souvent des «prix de gros» pour faire croire aux clients qu'ils obtiennent une bonne affaire.

Ce qu'ils font vraiment, c'est vendre des produits à des prix gonflés, puis leur coller l'étiquette de gros.

Il s'agit d'un cadeau mort que vous ne traitez pas avec un grossiste légitime.

Si vous voyez un grossiste lister ses prix publiquement, c'est aussi

un signe qu'il est faux.

Un vrai grossiste ne vendra jamais au public.

De plus, pour conclure un accord avec un grossiste, vous devrez faire une demande et être approuvé.

Les grossistes ne travailleront avec personne. Vous devez prouver que vous êtes propriétaire de votre entreprise et qu'il s'agit d'une entreprise légitime.

Ils facturent des frais courants.

C'est une autre façon pour les faux fournisseurs de retirer plus d'argent de leurs victimes sans méfiance. Ils factureront des frais mensuels uniquement pour faire affaire avec eux.

Aucun véritable grossiste ne ferait cela.

Cependant, vous pouvez rencontrer des répertoires de grossistes qui peuvent facturer des frais.

Ces répertoires sont en fait un bon

méthode de recherche de fournisseurs, je vais donc en discuter sous peu. Juste être

sachant qu'un fournisseur ne demandera aucun frais de base d'aucune sorte.

Ils ne veulent signer aucun contrat.

Ceci est un énorme drapeau rouge. Vous devrez toujours signer un contrat pour conclure un accord commercial juridiquement contraignant avant d'effectuer tout achat.

Un fournisseur qui refuse de signer un contrat (ou dit que ce n'est pas nécessaire) est un faux.

Comment repérer les grossistes légitimes

Alors, comment trouvez-vous des grossistes légitimes avec qui travailler? Heureusement, il n'est pas nécessaire que ce soit un jeu de devinettes. De vrais grossistes peuvent être détectés en utilisant quelques critères simples:

Ils vous demandent de postuler.

Alors que les faux grossistes n'auront pas de processus de demande, les grossistes légitimes en auront.

Vous devrez être légalement constitué en société et le fournisseur devra vous approuver. Tout cela se produira avant même de voir les prix.

Ils ont une taille de commande minimale. Il est courant que les fournisseurs aient une taille de commande minimale, en particulier pour votre première commande.

En effet, les fournisseurs ne veulent travailler qu'avec des entreprises sérieuses, donc la définition d'une taille de commande minimale permet de filtrer les personnes qui ne font que du lèche-vitrine.

Parfois, cela peut être problématique pour les dropshippers. Considérez le scénario suivant.

Un fournisseur a une commande minimale de 500 $, mais la taille de votre commande moyenne n'est que de 75 $. Dans ce cas, il semble que vous deviez payer les 500 $ juste pour ouvrir le compte dropshipping en premier lieu.

Que faire? Mon conseil est de transformer le montant supplémentaire en crédit à appliquer aux futures commandes.

De cette façon, vous respectez la taille minimale de commande, mais vous n'avez pas besoin de commander de produit supplémentaire.

Ils ont du personnel expérimenté et une équipe de support dédiée.

C'est vraiment la marque d'un fournisseur de premier ordre.

Vous devriez pouvoir appeler un représentant qui connaît votre créneau et peut répondre à toutes vos questions en détail.

Si les représentants de l'entreprise ne semblent pas bien informés, il est possible qu'ils aient été embauchés sans expérience ni formation.

En plus de cela, recherchez une équipe d'assistance dédiée. Si vous travaillez avec un grossiste, vous devez être affecté à un membre du service client spécifique pour répondre à vos besoins.

Cela facilitera la résolution des problèmes. Le fait d'appeler et d'envoyer un e-mail à plusieurs membres de l'équipe ne fait que créer de la confusion et aggraver les problèmes.

C’est pourquoi avoir un seul point de contact est si bénéfique.

Leur technologie est à jour.

Rappelez-vous quand j'ai dit que les grossistes légitimes ont tendance à être mauvais en marketing? Malheureusement, ils ont également tendance à être mauvais avec la technologie dans son ensemble.

Ce n'est pas une rupture, mais cela aide certainement lorsque votre fournisseur a un site Web et une interface soignés. La possibilité d'utiliser des fonctionnalités telles que l'inventaire en temps réel, les historiques de commandes consultables et les catalogues en ligne faciles à utiliser sont incroyablement utiles et vous font gagner beaucoup de temps.

Ils ont des frais de pré-commande.

Alors qu'aucun détaillant ne facturera de frais mensuels, beaucoup factureront de petits frais de précommande.

Ceux-ci varient généralement de 1 $ à 5 $ par commande, voire davantage, selon la taille de la commande.

Ces frais couvrent les frais d'emballage et d'expédition, car les commandes individuelles comportent des frais beaucoup plus élevés que les commandes groupées.

Ils n'iront pas trop loin pour vous persuader de travailler avec eux.

C’est une tactique que vous verrez souvent chez les «grossistes»

intermédiaires.

Étant donné que ces entreprises ne sont que des détaillants, elles vont utiliser des tactiques de vente pour essayer d'obtenir votre argent. Ils parleront de leurs avantages et fourniront de nombreuses informations vraiment inutiles.

Les vrais grossistes ne se plieront pas en arrière pour travailler avec vous.

Ils vous demanderont de postuler et auront des exigences strictes.

Si un «grossiste» lance un argumentaire de vente après-vente vous lancer, courir vers les collines.

Que rechercher chez un fournisseur

Tout simplement parce qu'un certain fournisseur est légitime, cela ne signifie pas qu'il est la meilleure option pour vous.

Choisir les bons fournisseurs peut être un processus long, mais cela en vaudra la peine lorsque vous en trouverez un qui

coche toutes les cases dont vous avez besoin.

Pour ce faire, vous devez savoir repérer un bon fournisseur.

Si vous êtes nouveau dans la recherche de fournisseurs, vous ne savez peut-être même pas par où commencer à analyser la qualité d'un fournisseur par rapport à un autre.

N'ayez crainte, car j'ai quelques conseils d'experts pour vous.

Il n'est peut-être pas évident de chercher ces choses, mais elles peuvent vous faire économiser énormément de temps et d'argent.

Ils prennent les commandes par email.

Devoir appeler une commande au lieu d'envoyer un e-mail peut sembler être un problème mineur que vous ne devriez pas soulever. Mais pensez à un avenir où vous recevez chaque jour des centaines de commandes.

Voulez-vous avoir à appeler toutes ces commandes (ou embaucher quelqu'un pour le faire pour vous)? Même passer des commandes via le site Web du fournisseur peut prendre beaucoup de temps.

La possibilité de soumettre des commandes par e-mail sera une bénédiction lorsque vous serez inondé de nouvelles commandes

toutes les heures.

Heureusement, de nombreux grossistes acceptent les commandes par e-mail, mais certains utilisent d'autres systèmes.

Leur emplacement est idéal pour l'expédition.

En supposant que vous vous trouvez aux États-Unis, pensez au meilleur emplacement pour un fournisseur.

Si le fournisseur n'a qu'un seul centre d'expédition, il est plus logique qu'il soit au centre du pays.

Cela permet aux colis d'atteindre 90% des États-Unis en 2 à 4 jours ouvrables.

Si le fournisseur se trouve sur l'une des côtes ou peut-être bien au sud, certaines commandes peuvent mettre plus d'une semaine à passer entre les mains des clients.

Un fournisseur situé au centre vous donnera des résultats d'expédition cohérents et, en moyenne, les gens ne prendront que quelques jours pour obtenir leurs articles. L'expédition internationale est un tout autre jeu de balle, bien sûr, mais pour l'expédition domestique, un emplacement central est idéal.

Leurs processus sont efficaces.

De toute évidence, vous ne voulez pas travailler avec des fournisseurs qui échouent constamment les commandes ou font des erreurs.

Mais comment savoir cela sans vraiment travailler avec eux? Malheureusement, vous ne pouvez vraiment pas.

Ce que vous pouvez faire, c'est passer quelques commandes de test.

Cela ne prouvera pas de façon concluante

qualité du fournisseur, mais cela vous donnera des informations utiles. Vous pouvez voir à quoi ressemble le processus de commande de votre côté, combien de temps prend l'expédition et comment les articles arrivent.

Par exemple, si le fournisseur n'envoie pas d'informations de suivi dans quelques jours, il peut s'agir d'un drapeau rouge.

L'ensemble du processus doit être fluide et fluide, de la commande à

la livraison.

Se préparer à contacter les fournisseurs
Après avoir compilé une liste de fournisseurs que vous souhaitez contacter, vous devrez vous occuper de quelques autres choses avant de vous adresser.
Il est plus facile d'interagir avec les fournisseurs une fois que vous avez
statut juridique nécessaire et sachez exactement ce que vous recherchez chez un fournisseur.
Être incorporé C'est un must.
Comme je l'ai dit plus tôt, la plupart des grossistes auront besoin d'une preuve que votre entreprise est bien légale, ce qui signifie une constitution en société.
En fait, la majorité des grossistes ne montreront leurs prix qu'aux entreprises approuvées, donc à moins que vous ne soyez incorporé, vous ne verrez probablement même pas les prix de gros.

Sachez ce que vous voulez
Que voulez-vous de votre dropshipper? Quels produits souhaitez-vous proposer?
Ce sont les types de questions auxquelles vous voudrez répondre avant de parler à un fournisseur.
Fondamentalement, vous voudrez avoir toutes les spécificités à l'esprit avant de prendre contact. (La section ci-dessus sur la recherche des éléments à rechercher devrait également vous aider.)
Les grossistes sont là pour faire des affaires et ils reçoivent chaque jour des tonnes de spam de la part de personnes qui perdent leur temps.
Vous ne voulez pas faire partie de ces personnes.
Vous devez leur montrer que vous pensez aux affaires, et une grande partie de cette preuve vient de la façon dont vous vous présentez.
Si vous allez droit au but et ne posez pas un million de questions, le fournisseur saura que vous êtes sérieux.

Il est donc important de savoir ce que vous recherchez bien avant jamais décrocher le téléphone ou taper un e-mail.
Essayez d'en prendre aussi peu de leur temps que possible (mais n’ayez pas peur de poser des questions légitimes).

Demandez-leur s'ils font du dropship .

Tous les grossistes n'offrent pas de dropshipping, c'est donc probablement la question n ° 1 que vous voudrez poser.
Vous le savez peut-être déjà, mais c'est toujours poli de demander (et cela vous met, vous et le représentant, sur la même page).
Vous ne voulez pas discuter par téléphone avec un fournisseur pendant une demi-heure sur les produits et les prix uniquement pour apprendre qu'ils ne font pas de dropship.
Si un fournisseur spécifique ne fait pas de dropshipping mais que vous voulez vraiment y aller, faites-le-lui savoir et voyez si vous pouvez négocier un accord. C'est l'exception plutôt que la règle, mais ce n'est pas inconnu.

Le téléphone est ton amie
Ces jours-ci, le premier instinct de l'entrepreneur moyen est de taper un e-mail rapide et de le tirer.
Le courrier électronique est devenu la méthode de communication idéale pour de nombreuses personnes.
En plus de cela, la peur de parler au téléphone est très courante, même pour les entrepreneurs. Il est facile de comprendre pourquoi. Il est intimidant de passer votre premier appel (ou même vos dix premiers appels) à des fournisseurs auxquels vous n'avez jamais parlé auparavant.

Mais une fois que vous décrochez le téléphone pour la première fois et commencez à parler, cela devient beaucoup moins effrayant.

Ce n'est pas aussi mauvais qu'il n'y paraît, et même si la communication n'est pas votre point fort, ne vous inquiétez pas; les fournisseurs y sont habitués et ils sont là pour vous aider.

Un appel téléphonique efficace peut faire le travail de cinquante e-mails, vous

zippez le long au lieu de jours d'attente pour une réponse dans votre boîte de réception.

Un simple appel au lieu d'envoyer un courriel peut vous faire économiser des mois de temps perdu.

Vous avez toujours peur? Voici un conseil: écrivez vos questions avant de passer l'appel.

De cette façon, vous aurez une structure pour votre conversation.

Croyez-le ou non, cette petite technique peut faire toute la différence.

Payer les fournisseurs

Vous avez donc traqué un grand fournisseur, bavardé au téléphone, scellé l'accord,

et sont prêts à unir leurs forces. Vous devez savoir comment les fournisseurs

paiement donc il n'y aura pas de problèmes quand vient le temps de payer.

Carte de crédit. Au chapitre 5, j'ai recommandé d'obtenir une carte de crédit exclusivement pour un usage professionnel, et c'est l'une des principales raisons de le faire.

Presque tous les grossistes acceptent le paiement par carte de crédit, et c'est facilement le moyen le plus pratique de payer.

Ce qui est bien, c'est que vous aurez peu à débourser, car vous paierez au fournisseur les commandes que les clients ont déjà passées.

Cela rend super facile d'accumuler de nombreuses récompenses et / ou des miles de vol fréquents.

Les cartes de crédit sont également rapides et sécurisées.

De nombreux fournisseurs auront

votre numéro CC dans le dossier et vous facturer simplement lorsque vous placez un

l'ordre, ce qui rend le processus simple et indolore.

Pay Pal.

Bien que tous les fournisseurs n'acceptent pas PayPal, beaucoup le font car il est devenu omniprésent.

C'est également un moyen extrêmement pratique de payer, mais il y a toujours des frais lorsque vous traitez avec PayPal, c'est pourquoi ce n'est pas toujours le meilleur choix.

D'une manière générale, une carte de crédit est meilleure, mais il existe des situations dans lesquelles PayPal pourrait gagner.

Vous devrez rechercher les deux options et voir laquelle vous convient.

En cas de doute, optez pour une carte de crédit.

Vous pouvez obtenir des tonnes de récompenses et contourner les frais élevés de PayPal.

Termes nets. Il s'agit d'une méthode plus traditionnelle de paiement des fournisseurs, mais elle est encore largement utilisée aujourd'hui. En vertu d'un accord de conditions nettes, après avoir acheté des produits, vous avez un certain nombre de jours à payer, généralement par chèque ou virement bancaire.

Par exemple, si vous êtes dans les conditions "Net 30", vous disposez de 30 jours après avoir passé la commande pour payer.

Vous vous demandez probablement pourquoi les fournisseurs utilisent ce mode de paiement s'ils n'obtiennent pas d'argent au départ. Quelqu'un ne pourrait-il pas s'enfuir avec le produit?

Les fournisseurs résolvent ce problème en exigeant des références de crédit.

Si le fournisseur que vous avez choisi utilise des conditions nettes, vous devrez fournir des documents pertinents lors de votre demande d'ouverture de compte.

Traiter avec les fournisseurs

Vous vous demandez peut-être quelles sont vos responsabilités lorsque vous traitez avec un fournisseur, ou vous voulez peut-être savoir à quoi ressemble la relation détaillant-fournisseur.

Bien que cela varie d'un fournisseur à l'autre, vous devez garder à l'esprit certaines règles générales lorsque vous vous préparez à commencer à travailler avec un fournisseur. Soyez ponctuel lors de l'envoi des commandes.

Ceci est vital non seulement pour votre fournisseur mais aussi pour vos clients.

Vous devez faire passer rapidement les commandes de vos clients du point A (votre site) au point B (le fournisseur). Selon le nombre de ventes que vous obtenez, cela peut signifier le traitement quotidien des commandes ou, si vous vendez comme un fou,

l'externalisation du travail à un assistant virtuel.

Apprenez à connaître votre contact / représentant.

Comme je l'ai brièvement mentionné plus tôt dans ce chapitre, un bon fournisseur vous affectera un représentant dédié. Vous souhaiterez établir de bonnes relations avec cette personne, car il ou elle vous fournira de l'aide et résoudra toutes sortes de problèmes avec les commandes.

Si vous rencontrez des problèmes avec votre contact, n'hésitez pas à en parler à un supérieur.

Votre représentant est un élément important de la chaîne d'approvisionnement, et un mauvais représentant peut signifier que les commandes vont mal. Oui!

Gestion des commandes bâclées

Le dropshipping n'est pas parfait, et vous devez être conscient de nombreux problèmes.

Un de ces problèmes: les commandes bâclées.

Les fournisseurs sont tenus de gâcher une commande ici et là, surtout si vous traitez avec un fournisseur plus important qui reçoit un volume élevé de commandes.

Parfois, cela signifie que le fournisseur envoie le mauvais article au client.

Pire scénario? Ils n'envoient jamais l'article du tout.

Cette idée peut faire frissonner la colonne vertébrale d'un marchand dropshipping, il est donc préférable de s'y préparer.

Il existe un processus en trois étapes que vous pouvez utiliser pour corriger les erreurs de commande:

1. Présentez vos excuses au client.

La première étape consiste à admettre l'erreur et à vous en excuser.

Ne blâmez pas votre fournisseur.

Cela vous fait ressembler à un pauvre détaillant qui ne peut pas reconnaître ses erreurs. Et rappelez-vous, le client ne devrait jamais

savoir que vous avez un fournisseur! Alors excusez-vous dès le départ.

2. Maquillez-les. Après vous être excusé, vous devrez corriger l'erreur d'une manière ou d'une autre.

La façon dont vous le ferez dépendra de la taille de l'erreur.

Parfois, vous souhaiterez simplement envoyer le bon produit au client.

D'autres fois, vous voudrez peut-être rembourser les frais d'expédition ou inclure un petit cadeau, comme une petite quantité de crédit en magasin.

Dans tous les cas, vous devez faire les choses correctement avec votre client.

3. Confrontez le fournisseur à l'erreur.

Même si vous devez corriger l'erreur, votre fournisseur doit la payer.

En règle générale, un fournisseur couvrira les frais d'expédition pour retourner un mauvais article ou même en envoyer un nouveau. Ils ne paieront généralement pas les cadeaux ou les mises à niveau que vous accordez au client.

Alors, que se passe-t-il si votre fournisseur échoue plusieurs commandes dans un court laps de temps?
Neuf fois sur dix, cela signifie que vous avez un mauvais fournisseur. Malheureusement, vous ne pouvez pas faire grand-chose en traitant avec un fournisseur de mauvaise qualité. Commencez à chercher un autre fournisseur qui a une meilleure réputation de satisfaction.
Et si vous quittez un fournisseur, assurez-vous de lui expliquer explicitement pourquoi!

Après avoir trouvé un fournisseur
Après avoir décroché un fournisseur, prenez le temps de voir comment il fonctionne.
Après quelques mois, vous aurez une idée de leur efficacité.
N'ayez pas peur de l'interrompre et de chercher un autre fournisseur si les choses ne vont pas si bien.

Dans le chapitre 10, j'aborderai un peu plus les fournisseurs et parlerai de la collaboration avec plusieurs fournisseurs pour répondre à tous vos besoins de dropshipping.
Je recommande de commencer par un, mais une fois que vous avez compris, gérer plus d’un n’est pas un problème du tout.

Développer votre entreprise dropshipping

Vous avez atteint le dernier chapitre: félicitations! Maintenant que votre entreprise est opérationnelle, je suppose que vous voulez savoir comment la gérer et la développer.

La gestion d'un navire étanche est cruciale et si vous n'apportez aucun changement ou n'essayez pas d'atteindre des objectifs spécifiques, votre entreprise de dropshipping ne durera pas longtemps.

Dans ce chapitre, je décrirai comment vous pouvez créer de la stabilité au sein de votre entreprise, puis je proposerai des moyens de vous développer.

Faire face aux problèmes

Lorsque vous vendez plus, vous serez confronté à des problèmes.

Cela arrive aux meilleurs dropshippers, et si vous ne savez pas comment faire face à ces problèmes à l'avance, votre entreprise (et votre réputation) en souffriront.

Tout d'abord, attendez-vous toujours à l'inattendu.

Même lorsque tout se passe bien, vous ne savez jamais quand votre fournisseur va bâcler une commande ou quand un client vous enverra un e-mail en colère.

Il y a beaucoup de surprises dans le dropshipping, alors essayez de ne pas vous prendre au dépourvu lorsque ces choses se produisent.

Voici quelques problèmes auxquels vous pourriez être confronté et quelques moyens d'y remédier.

Retours et rétro facturations

Pour une raison ou une autre, vous obtiendrez probablement des clients qui retournent des articles. Dans certains cas, vous pouvez obtenir des débits compensatoires sur les commandes.

Ce sont deux problèmes spécifiques, donc je vais les aborder un à la fois.

Retour.

Tout d'abord, vous voudrez avoir une politique de retour en place.

Cela déterminera en grande partie quelles sont les politiques de retour de vos fournisseurs.

Si votre fournisseur a une politique de retour de 30 jours, vous ne voulez pas avoir une fenêtre de 45 jours, alors basez votre politique sur les règles de vos fournisseurs.

Deuxièmement, comprenez la structure d'un retour.

Une fois que le client a demandé un retour, vous devez obtenir un numéro RMA (autorisation de retour de marchandise) auprès de votre fournisseur.

Le client envoie l'article au fournisseur, en notant le RMA sur l'adresse.

Ensuite, votre fournisseur vous rembourse le prix de gros du produit et vous remboursez le client pour le prix de détail complet.

Troisièmement, soyez conscient de certains problèmes qui peuvent apparaître.

Par exemple, certains fournisseurs facturent des frais de réapprovisionnement.

Cela peut créer de la confusion - qui mange les frais? Je recommande de prendre la perte et de ne pas faire payer les frais de réapprovisionnement à votre client.

Oui, vous perdrez un peu de profit ici et là, mais votre politique sera beaucoup plus conviviale pour vos clients.

Qu'en est-il des articles défectueux? En règle générale, les fournisseurs ne couvrent pas les frais de retour pour les produits endommagés ou cassés, c'est donc un autre frais que vous devez payer.

Cela dit, vous devez toujours couvrir les frais de retour, que votre fournisseur le fasse ou non.

Cela fait partie d'une bonne entreprise qui traite ses clients correctement.

Une pratique courante pour les articles défectueux consiste simplement à expédier au client un nouvel article et à lui permettre de conserver l'ancien.

Bien que cela rend le client coincé avec un produit cassé, il est rentable car les fournisseurs couvriront généralement les frais d'expédition de l'envoi d'un nouvel article.

Remboursements. Un rejet de débit se produit lorsqu'un client appelle sa banque / société de carte de crédit et conteste un débit.

Si vous obtenez un rejet de débit d'une vente que vous avez effectuée, vous pourriez être confus.

En effet, les rétrofacturations ne se produisent que pour quelques raisons.

Le plus souvent, les débits compensatoires seront frauduleux. Ce sont assez faciles à manipuler.

Il vous suffit de fournir la preuve que vous avez envoyé l'article et qu'il a été livré.

Cela signifie généralement montrer la commande exacte, les informations d'expédition / de suivi et un bon de livraison en gros qui détaille les articles que vous avez achetés et expédiés au client.

N'attendez pas trop longtemps pour répondre à un rejet de débit! Vous n'avez que quelques jours avant de toucher ces frais.

Voici quelques informations supplémentaires sur la gestion des rétrofacturations frauduleuses.

Il y a cependant un peu de mauvaises nouvelles.

Si la rétrofacturation est sur un

commande avec différentes adresses de livraison et de facturation, c'est presque

impossible de gagner. Malheureusement, si cela se produit, je recommande de manger le frais et le radier comme une perte.

Problèmes d'expédition

En parlant de frais de port, il peut y avoir de nombreuses complications avec l'expédition. La plupart des dropshippers ont des problèmes avec les tarifs.

Selon le transporteur que vous choisissez, vous aurez le choix entre un certain nombre d'options tarifaires et cela peut être intimidant.

Voici trois tarifs d'expédition que vous rencontrerez généralement:

Tarifs en temps réel.

«En temps réel» signifie simplement qu'un devis d'expédition personnalisé est généré pour chaque commande.

Le poids des produits et le facteur de destination pour vous donner le devis final.

C'est très précis, mais cela peut être difficile à mettre en œuvre.

Tarifs par type. L'expédition par type utilise des frais fixes pour différentes tailles de produits.

Par exemple, tous les produits de moins de cinq livres peuvent être expédiés pour 5 $.

Expédition forfaitaire. Il s'agit de l'une des options d'expédition les plus populaires car elle est très simple.

Vous ne facturez qu'un seul forfait pour tous les envois. Cela signifie que vous perdrez de l’argent sur certaines commandes, mais reviendrez sur d’autres.

Bien que ce ne soit pas une méthode très précise, elle est simple et directe.

De nombreux marchands qui utilisent la livraison à taux forfaitaire choisissent d'offrir la livraison gratuite sur tout le site et d'intégrer les frais d'expédition dans les prix des produits.

Ce n'est pas une solution universelle; la livraison gratuite fonctionne très bien dans certaines situations mais pas toutes.

Mais si vous le pouvez, offrir la livraison gratuite est un bon moyen

d'attirer encore plus vos clients.

Alors, avec lequel devriez-vous aller?

L'expédition à taux fixe est ce que de nombreux dropshippers utilisent, vous devriez donc certainement l'envisager.

C'est également le taux le plus simple à mettre en œuvre lorsque vous débutez.

Je recommande d'utiliser un taux forfaitaire au début et de voir comment ça se passe.

Si vous pensez que vous pourriez bénéficier davantage d'un autre type de taux,

signifie y regarder.

Qu'en est-il de l'expédition internationale?

Étant donné que la plupart des niches ont un marché mondial, c'est quelque chose que vous devrez affronter tôt ou tard.

Soyez prêt à penser aux coûts supplémentaires de l'expédition internationale et parcourez vos options de transporteur pour voir lequel a les meilleurs tarifs pour vous.

Vous ne pouvez offrir que la livraison intérieure, mais selon votre créneau, cela pourrait nuire à vos ventes.

Pendant que nous parlons de transporteur, je vais parler brièvement des options dont vous disposez.

Aux États-Unis, vous choisissez essentiellement entre UPS / FedEx et le United States Postal Service (USPS).

UPS / FedEx - Si vous expédiez régulièrement de gros colis, UPS et FedEx vous offriront de meilleurs tarifs.

Malheureusement, leurs tarifs internationaux sont quelque peu chers.

USPS - Si vous expédiez principalement de petits colis, USPS est la solution.

Vous pouvez généralement expédier de petits colis pour moins de 5 $.

USPS a également des tarifs internationaux bien meilleurs que UPS ou FedEx.

Pour expédier des colis plus petits et plus grands, cela ne fait pas de mal à utilisez deux (voire les trois) supports.

Pensez aux transporteurs qui ont les meilleurs tarifs pour des tailles et des destinations spécifiques.

Gérer le support client

Pour qu'une petite entreprise connaisse un succès incroyable, elle doit disposer d'une excellente solution de support client.

J'ai vu de nombreux dropshippers n'utiliser rien de plus qu'un compte Gmail professionnel et une feuille de calcul Excel pour gérer le support client. Cette «solution» équivaut à réparer votre voiture avec du ruban adhésif. Bien sûr, cela fonctionne pendant un certain temps, mais cela ne durera pas éternellement.

Il est idéal d'utiliser un logiciel d'assistance dédié dès le premier jour.

Le logiciel de service d'assistance peut évoluer parallèlement à votre entreprise et il est facile à utiliser.

Vous avez le choix entre de nombreuses options.

Voici quelques un de mes préférés:

Zendesk - L'un des plus grands noms du support client, Zendesk est l'un des choix les plus populaires. Il propose également une large gamme d'options de tarification, vous pouvez donc commencer petit si vous en avez besoin.

Help Scout - Help Scout est un grand spécialiste de la personnalisation.

Les tickets d'assistance sont conçus pour ressembler à des e-mails normaux, afin que vos clients n'aient pas l'impression de recevoir une réponse standard.

Desk - Desk est exploité par le très réputé Salesforce et, comme Salesforce, c'est une plateforme puissante qui centralise tout et facilite la gestion du support.

De nombreux dropshippers utilisent l'une de ces plateformes, mais il existe

beaucoup d'options là-bas.

Trouvez quelque chose qui vous convient et respectez-le.

Le logiciel que vous choisissez devrait également pouvoir accueillir

une équipe en pleine croissance.

Bien que plus archaïque, l'assistance téléphonique est également quelque chose à penser.

Cela est particulièrement vital pour les dropshippers qui vendent des articles avec des étiquettes de prix plus importantes. Tout au long du chapitre 4, j'ai mentionné que les personnes qui achètent des articles plus chers voudront souvent parler à un membre de l'équipe par téléphone.

Donc, si vous prévoyez de vendre des produits plus chers, prévoyez d'obtenir une assistance téléphonique.

Grasshopper est un bon point de départ qui fonctionne bien pour les petites entreprises.

Utiliser plusieurs fournisseurs Alors que je demandais de commencer avec un seul fournisseur, la plupart des marchands dropshipping de taille moyenne en utilisent plusieurs.

Si vous vendez beaucoup de produits, le fait d'avoir plusieurs fournisseurs à votre disposition peut vous faciliter la tâche.

Travailler avec plusieurs fournisseurs présente plusieurs avantages:

L'exécution des commandes est plus facile.

Lorsque vous travaillez avec un seul fournisseur et qu'un article est en rupture de stock, vous n'avez pas de chance.

L'utilisation de plusieurs fournisseurs avec des stocks qui se chevauchent augmente les chances qu'un produit soit toujours disponible pour vous.

Vous pouvez choisir.

Être capable de choisir les meilleurs produits de divers fournisseurs est un gros problème.

Dites que vous recherchez un produit spécifique. Si le fournisseur A ne l’a pas, le fournisseur B le pourrait.

Cela simplifie la sélection des produits.

Cela vous donne un filet de sécurité.

Si un fournisseur augmente ses prix ou ferme de façon inattendue, vous pouvez compter sur vos autres fournisseurs pour vous

maintenir en activité.

Et une fois que vous avez trouvé un fournisseur, il est facile d'en trouver d'autres.

Gérer l'inventaire

Garder une trace des produits dont vous disposez est un must.

Les articles en rupture de stock peuvent réduire vos taux de conversion et de rétention,

car il est très gênant qu'un client apprenne que son article n'est pas disponible actuellement.

Voici quelques conseils pour réduire le nombre de produits en rupture de stock dans votre magasin.

Renseignez-vous auprès de vos fournisseurs sur la disponibilité des articles.

Certains fournisseurs peuvent ne pas stocker tous leurs articles régulièrement.

Certains produits peuvent être saisonniers, par exemple.

Renseignez-vous auprès de votre (vos) fournisseur (s) et assurez-vous que vos produits les plus populaires sont disponibles toute l'année (ou presque toute l'année).

N'ayez pas peur d'utiliser des produits génériques.

Disons que vous avez deux fournisseurs.

Si vous voulez vendre quelque chose de commun, comme une bouteille d'eau, les deux fournisseurs ont probablement des produits similaires en stock.

La bouteille d'eau du fournisseur A peut ne pas être identique à la bouteille du fournisseur B, mais si elles sont presque identiques, vous pouvez souvent rédiger une description de produit générique et vendre les deux bouteilles sous la même liste.

(Bien sûr, ne remplacez pas les grandes marques comme Samsung ou Adidas.)

Utilisez une solution d'inventaire robuste.

Les fournisseurs auront généralement leur propre façon de gérer l'inventaire et, si cela est suffisant, utilisez-le.

Si vous le trouvez manquant, cherchez des logiciels comme Ordoro ou HubLogix.

Ces outils peuvent également vous aider à gérer l'inventaire de plusieurs fournisseurs.

Construire une équipe

Lorsque vous démarrez, vous pouvez facilement gérer votre entreprise par vous-même.

En grandissant, vous pourriez être submergé de tonnes de

commandes quotidiennes, tickets d'assistance et autres tâches administratives.

C’est à ce moment-là que vous devriez penser à recruter plus de personnes.

Mais qui devez-vous embaucher et quand? En règle générale, les marchands dropshipping peuvent bénéficier le plus de l'embauche de certains rôles.

Assistants virtuels.

Les assistants virtuels (ou VA) peuvent être utiles si vous avez surtout besoin d'aide pour des questions administratives telles que le traitement des factures ou l'organisation des documents.

Il est généralement assez bon marché de louer un bon VA aussi.

Cependant, un VA ne peut pas faire grand chose.

Alors qu'un VA peut aider à tout garder sur la bonne voie, il ou elle ne peut pas prendre en charge les fonctions marketing, par exemple.

Représentants du support client.

Si vous recevez un flux constant de tickets d'assistance et de messages de clients, il peut être utile d'engager un représentant du support client dédié.

Cela vous libérera du temps pour vous concentrer sur des responsabilités de niveau supérieur.

Référenceurs, spécialistes du marketing, rédacteurs et concepteurs.

En fonction de votre modèle commercial et de vos objectifs exacts, vous voudrez peut-être embaucher des pigistes pour effectuer des travaux ponctuels.

Par exemple, si vous rencontrez des problèmes de visibilité dans les

SERPs, l'embauche d'un SEO pour optimiser votre site pourrait vous aider.

Vous connaissez peut-être déjà certaines personnes pour remplir ces rôles, mais sachez que vous aurez probablement besoin de tous ces services à un moment ou à un autre.

Vous seul pouvez déterminer s'il vaut la peine d'embaucher des salariés dans ces fonctions.

Outils de dropshipping pour développer votre entreprise

Amztracker

À l'heure actuelle, il s'agit du logiciel le plus populaire destiné au vendeur d'Amazon, qui détient la part de marché la plus élevée au monde. Les vendeurs Amazon peuvent obtenir des services tels que la recherche, le marketing et les services après-vente. Simplement, sa fonction principale est d'optimiser le mot clé Amazon Listing et d'augmenter le classement Amazon Listing, d'augmenter les ventes et d'augmenter le trafic de nouveaux produits. C'est un logiciel de marketing essentiel, mais juste pour le vendeur Amazon.

Cmaelcamelcamel

Il s'agit d'un site Web, d'un outil de suivi des prix Amazon, qui peut suivre des millions de produits et vous avertit lorsque les prix baissent, vous aidant à décider quand acheter est mieux. Il a été voté comme l'outil de suivi des prix le plus populaire parmi les lecteurs Lifehacker. Par exemple, vous voulez vendre des jouets RC qui se vendent 49,99 $ sur Amazon. Généralement, la plupart des vendeurs copient l'URL de la page du produit, puis se dirigent vers camelcamelcamel pour suivre les prix de ce produit. Vous pouvez même vous abonner à un flux RSS pour tous les produits que vous suivez. En l'utilisant, vous pouvez également vérifier les prix avant sur les produits.

Boost de caisse

Il s'agit d'un outil marketing appartenant à Shopify. En l'utilisant, vous pouvez publier des produits sur les réseaux sociaux. Cela a coûté 20-29 $ / mois.

Rapport social

Il s'agit d'un outil d'analyse de données qui peut intégrer des données de plateformes de commerce électronique telles que Shopify, eBay, Etsy et des données de médias sociaux.

Disco

Il s'agit d'un outil d'intégration qui simplifiera la façon dont les détaillants et les fournisseurs se connectent et échangent des données sur l'inventaire, la commande, la catégorie, etc. Vous pouvez transmettre des données plus précises à vos partenaires et vos partenaires contrôleront également leurs données. L'outil pour les données a également la fonction de cartographie et de surveillance.

La solution dropshipping Dropizi

La plateforme vous propose des fournisseurs de qualité avec des délais de livraison très courts. Elle les a intégré directement dans son outil et permet de gérer de nombreuses tâches de façon automatique (commande, import produits, gestion des stocks, etc).

Ce choix de produits vous permet de vous différencier de la concurrence qui utilise, la plupart du temps, Aliexpress.

WiziShop

L'objectif de la plateforme est de justement permettre à tous les WiziShopiens de créer une boutique avec différentes mises en page, et éléments graphiques afin d'avoir sa propre identité et être unique sur le marché.

Trello
Vous vous dites que gérer un site e-commerce est loin d'être une évidence, surtout pour un novice.

Pas de panique, le logiciel Trello vous offre gratuitement la possibilité de mettre de l'ordre dans vos activités commerciales.

Il s'agit d'un tableau sur lequel vous pourrez ranger vos fichiers, créer des checklists ou encore mettre des commentaires ou des notes. Bref, c'est là que doit figurer l'ensemble de vos activités.

Slack

Slack est un logiciel de chat visant à développer la communication dans votre futur projet.

Simple, avec un design moderne, il assure une prise en main facile. Créez des canaux de discussion grâce à Slack, publics ou privés.

En travaillant sur Slack, le partage de fichiers devient un jeu d'enfant. Vous ne gaspillez plus votre temps à chercher vos messages, tout est synchronisé sur vos appareils, d'autant plus que l'association avec d'autres applications reste possible.

outil de créations graphiques

Canva

Le plus qui fait la différence, c'est Canva.

Ce logiciel gratuit est utilisé pour créer de superbes visuels assez facilement et rapidement. Je l'utilise par exemple pour mettre en place des bannières sur mon site dropshipping. Mais il peut aussi vous servir pour créer vos visuels de publicité ou même votre logo !

Vous aurez la chance de dénicher des images originales compatibles avec les thématiques de votre boutique en ligne.

MyAE

MyAE est un logiciel de facturation. Une valeur sûre pour tous les e-commerçants et micro-entrepreneur.

En plus d'être gratuit, il sert de support pour la gérance des factures et des devis. Vous aurez accès rapidement à l'évolution de votre entreprise, le suivi de vos comptes, ainsi qu'une vue d'ensemble de vos activités.

Conclusion

Savez-vous pourquoi la plupart des entreprises de dropshipping échouent?

Parce qu'ils ne commencent jamais en premier lieu.

Vous ne croiriez pas combien d'entrepreneurs à qui j'ai parlé qui disent vouloir démarrer une entreprise dropshipping plus que tout, mais ils ne le font pas.

De nombreux entrepreneurs hésitent à lancer leur propre entreprise pour diverses raisons.

Vous pourriez partager certaines de leurs craintes.

Peut-être pensez-vous que votre plan d'affaires n'est pas assez bon ou que vous ne réussirez jamais dans votre créneau.

Ce que de nombreux grands entrepreneurs ne vous diront pas, c'est que beaucoup d'entre eux n'avaient absolument aucune idée de ce qu'ils faisaient lorsqu'ils ont commencé.

En fait, en lisant ce guide, vous êtes plus équipé que de nombreux propriétaires d'entreprise actuels au début de leur carrière.

Dans cet esprit, je tiens à vous rappeler que vous pouvez le faire.

Vous n'avez pas besoin d'avoir une entreprise parfaite en ce moment.
Il vous suffit de commencer à prendre des mesures pour créer votre propre entreprise.

Si vous créez une entreprise dans le but de créer de la valeur, vous pourrez dépasser toutes vos lacunes et lancer une entreprise prospère. Aujourd'hui, tant de gens veulent simplement gagner de l'argent rapidement, et les clients voient bien.

Vous devez avoir le désir d’améliorer la vie des gens si vous voulez que votre entreprise dure.

Les entrepreneurs qui ont connu un tel succès n’ont pas pu arriver là où ils sont aujourd’hui en faisant tout parfaitement.

Ils ont tous fait plus d'erreurs qu'ils ne pouvaient en compter.

Vous ferez de même pendant votre voyage. Vous tomberez, vous reprendrez et découvrirez comment arrêter de tomber. La route est longue, mais si vous commencez aujourd'hui, vous serez surpris de la vitesse à laquelle vous pourrez vous déplacer.